# การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น

# PERCEPTION OF ORGANIZATIONAL CULTURE THAT INFLUENCED ORGANIZATIONAL ENGAGEMENT OF EMPLOYEES IN ELECTRONICS INDUSTRY: A COMPARISON OF EUROPEAN, AMERICAN AND JAPANESE COMPANIES

**ทิพานันท์ ธีระปัญญา**

**การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร**
**ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป**
**คณะบริหารธุรกิจ**
**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**
**ปีการศึกษา 2557**

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**

# การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น

ทิพานันท์ ธีระปัญญา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

| | |
|---|---|
| **หัวข้อการค้นคว้าอิสระ** | การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น<br>Perception of Organizational Culture that Influenced Organizational Engagement of Employees in Electronics Industry: A Comparison of European, American and Japanese Companies |
| **ชื่อ-นามสกุล** | นางสาวทิพานันท์ ธีระปัญญา |
| **วิชาเอก** | การจัดการทั่วไป |
| **อาจารย์ที่ปรึกษา** | อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A. |
| **ปีการศึกษา** | 2557 |

**คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ**

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ธงชัย ศรีวรรธนะ, Ph.D.)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)

..... กรรมการ

(อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถรพี ชัยมงคล, ปร.ด.)

วันที่ 13 เดือน กันยายน พ.ศ. 2558

**หัวข้อการค้นคว้าอิสระ** การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น
**ชื่อ-นามสกุล** นางสาวทิพานันท์ ธีระปัญญา
**วิชาเอก** การจัดการทั่วไป
**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A.
**ปีการศึกษา** 2557

# บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ประชากรที่ใช้ศึกษา คือพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัทยุโรป อเมริกา 210 คน และบริษัทญี่ปุ่น 210 คน และเก็บตัวอย่างที่นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test, One-way (ANOVA) และMultiple Regression Analysis

ผลการศึกษา พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกันในบางมิติ ส่วนการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันเหมือนกันในทุกมิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงานและสาขาที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน ของพนักงานกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ส่งผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมและความผูกพันองค์กร พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันในด้านจิตใจ และด้านการคงอยู่กับองค์กร และพนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกันในภาพรวม มิติการทำงานและมิติกลุ่ม การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ในมิติการทำงาน ($\beta$= 0.435) และมิติบุคคล ($\beta$= 0.255) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทญี่ปุ่นในมิติกลุ่ม ($\beta$= 0.268) และมิติบุคคล ($\beta$= 0.602) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

การรับรู้วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กร เป็นเรื่องที่สะท้อนการรับรู้ ความรู้สึก ทัศนคติ และสภาพจิตใจของบุคคลซึ่งแตกต่างกันในแต่ละองค์กร แต่มีความเข้าใจเป็นไปในลักษณะเดียวกัน

**คำสำคัญ :** การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันองค์กร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

| | |
|---|---|
| **Independent Study Title** | Perception of Organizational Culture that Influenced Organizational Engagement of Employees in Electronics Industry: A Comparison of European, American and Japanese Companies |
| **Name - Surname** | Miss Thipanun Teerapunya |
| **Major Subject** | General Management |
| **Independent Study Advisor** | Mr. Krisada Chienwattanasook, D.B.A. |
| **Academic Year** | 2014 |

# ABSTRACT

The purpose of the independent study was to investigate the perception of the organizational culture that influenced the organizational engagement of the employees in the electronics industry: a comparison of the European, American and Japanese companies. The sample used in the study consisted of 210 employees of the European and American companies and 210 employees of the Japanese companies at Hi-Tech Industrial Estate in Bang Pa-in. The data were analyzed using Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The study results demonstrated that the employees of the European, American and Japanese companies had different perception of the organizational culture and organizational engagement in some dimensions, while every dimension of perception of the organizational culture had influences on the organizational engagement. The results of hypothesis testing showed that the employees of European, American and Japanese companies with different gender, level of education, income, work experience and fields of study had influences on the perception of the organizational culture and organizational engagement. The employees of the European, American and Japanese companies had different organizational engagement in spiritual and loyalty dimensions, and the employees of the European, American and Japanese companies had different perception of overall organizational culture, performance and teamwork dimensions. The perception of the organizational culture of the European and American companies in the performance dimension ($\beta = 0.435$), and personal dimension ($\beta = 0.255$) had effects on the organizational engagement. The perception of the organizational culture of the Japanese companies in the teamwork dimension ($\beta = 0.268$), and personal dimension ($\beta = 0.602$) had effects on the organizational engagement.

According to the perception of the organizational culture influencing the organizational engagement of the employees of the European, American and Japanese companies, it could be concluded that the relationship between the perception of the organizational culture and the organizational engagement could reflect perception, feeling, attitude, and spirit of the employees which had differences in each organization, however, the understanding of the organizational culture and the organizational engagement was found in the same way.

**Keywords**: perception of organizational culture, organizational engagement, electronics industry

# กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงา
ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง
อย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้รับความกรุณาจาก ดร.ธงชัย ศรีวรรธนะ
ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร กรรมการ และดร.กฤษดา เชียรวัฒนสุข
อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลา ในการช่วยเหลือและให้คำปรึกษา แก้ไขตรว
ข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการค้นคว้าอิสระ
ครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่ง ที่ทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอกราบ
ขอบพระคุณอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทุกท่านที่ได้อบร
สั่งสอนความรู้อันมีค่ายิ่ง และสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ทั้งนี้ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา น้องสาวทั้งสองคน ผู้มีพระคุณอย่าง
ยิ่งที่สนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต และขอขอบคุณน้อง ๆ ทุกคนในชั้นเรียน MGY-56
ทุก ๆ ท่าน ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้การสนับสนุน ให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ตลอด
มา รวมถึงผู้ที่มีพระคุณคนอื่น ๆ ที่มิอาจเอ่ยนามได้ทั้งหมดขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สุดท้ายนี้ ผู้ทำการศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์
สำหรับผู้ที่สนใจ หากการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้ทำการศึกษากราบขออภัยไว้
ณ โอกาสนี้

ทิพานันท์ ธีระปัญญา

# สารบัญ


หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย (3)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (4)

กิตติกรรมประกาศ (5)

สารบัญ (6)

สารบัญตาราง (8)

สารบัญภาพ (12)

บทที่ 1 บทนำ 13

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 13

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 15

1.3 สมมติฐานการวิจัย 16

1.4 ขอบเขตของการวิจัย 17

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย 18

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย 20

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 21

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 22

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 22

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร 31

2.3 อิทธิพลของลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร 37

2.4 วัฒนธรรมในสังคมยุโรปและอเมริกาที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร 40

2.5 วัฒนธรรมในสังคมญี่ปุ่นที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร 41

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 44

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 47

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 47

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 49

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 54

# สารบัญ (ต่อ)


หน้า

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล 54

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ 59

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 60

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 60

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 148

5.1 สรุปผลการวิจัย 148

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย 157

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย 160

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต 163

บรรณานุกรม 164

ภาคผนวก 167

ประวัติผู้เขียน 172

# สารบัญตาราง

หน้า


ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบคำนิยามและความหมาย ของอัลเลน และไมเยอร์กับพอร์เตอร์และคณะ 36

ตารางที่ 2.2 แสดงค่านิยมพื้นฐานของวัฒนธรรมสังคมอันเป็นแหล่งกำเนิด ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรของคน 2 ชนชาติ 43

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 48

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 53

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 60

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยภาพรวม 63

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ในมิติการทำงาน 64

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยมิติกลุ่ม 65

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยมิติบุคคล 67

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยภาพรวม 68

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ด้านจิตใจ 69

# สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า


ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ด้านการคงอยู่กับองค์กร ..... 71

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ด้านบรรทัดฐาน ..... 73

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ กับความผูกพันต่อองค์กร ..... 75

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับความผูกพันต่อองค์กร ..... 77

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ..... 78

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับรายได้ กับความผูกพันต่อองค์กร ..... 81

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่ ..... 83

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุงาน กับความผูกพันต่อองค์กร ..... 88

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามอายุงานเป็นรายคู่ ..... 90

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่สำเร็จ การศึกษา กับความผูกพันต่อองค์กร ..... 94

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ ..... 99

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ..... 105

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ..... 107

# สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า


ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ 109

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับรายได้ กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 112

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่ 115

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุงาน กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 120

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามอายุงานเป็นรายคู่ 122

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่สำเร็จการศึกษา กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 126

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ 131

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น กับความผูกพันต่อองค์กร 137

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น กับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 138

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล กับความผูกพันองค์กรของ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา 141

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในมิติการทำงานมิติกลุ่ม และมิติบุคคล กับความผูกพันองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น 141

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อ ความผูกพันองค์กรในภาพรวม กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา 142

# สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อความผูกพันองค์กร กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ..... 143
ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรในภาพรวม บริษัทญี่ปุ่น ..... 145
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร บริษัทญี่ปุ่น ..... 146
ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ..... 154

# สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด ..... 8
ภาพที่ 2.1 ส่วนประกอบพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กร ..... 17

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับประเทศไทยปัจจุบันมีอายุกว่า 40 ปี โดยเริ่มต้นเมื่อรัฐบาลดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ตั้งแต่ปี พ.ศ 2503 จนถึงปัจจุบันซึ่งอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญกับเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน จากการประเมินของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่า จุดแข็งที่สำคัญข สาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทยในปัจจุบันคือ เป็นฐานการผลิตในการส่งออกที่สำคัญกับสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ที่เข้ามาลงทุนจำนวนมากในไทยช่วงหลายปีที่ผ่านมาประกอบกับไทยมีแรงงานที่มีทักษะความสามารถเป็นพิเศษ ทั้งความละเอียด ประณีต ซึ่งเหมาะกับความต้องการของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งประเทศไทยเริ่มที่จะพัฒนาขีดความสามารถของศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากขึ้นทำให้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเริ่มเป็นที่ยอมรับในศักยภาพและได้รับความเชื่อถือในด้านการผลิตจ หน่วยงานและบริษัทต่างประเทศเป็นลำดับ

ปัจจุบันอิเล็กทรอนิกส์ไทยเป็นช่วงเริ่มปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตเพื่อเข้าสู่อุปสงค์ของตลาดโลก ดังจะเห็นได้จากการเปลี่ยนโครงสร้างการลงทุน โดยเพิ่มสัดส่วนการลงท อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งตลาดโลกต้องการ เช่น วงจรรวม วงจรพิมพ์ และเซมิคอนดักเตอร์ เป็นต้น โดยถูกนำไปใช้เป็นส่วนประกอบในอุปกรณ์อิเล็กฯ เช่น สมาร์ทโฟน อิเล็กทรอนิกส์ในรถยนต์ RFID เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการลงทุนดังกล่าว ศูนย์วิจัย กสิกรไทย คาดว่า น่าจะส่งผลให้การส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ปี 2556 ที่มีศักยภาพตอบสนองความต้องการโลกดังกล่าวอาจจะขยายตัวร้อยละ 17.2-18.4 ในขณะที่อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อาจจะหดตัวร้อยละ 17.4-15.3 ทำให้ภาพรวมการส่งออกเล็กทรอนิกส์ปี 2556 น่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ -2.8 – 0.3 (กองบรรณาธิการ อุณหภูมิเศรษฐกิจ, อนาคตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยในตลาดโลก, 2556) และจากหลายสำนักวิจัยคาดอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จะฟื้นตัวต่อไปในปี 2557 จากคาดการณ์ยอดขาย Semiconductor ทั่วโลกในปีนี้เติบโตราว 5% จากปีก่อน และคาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในปีหน้าเฉลี่ยราว 7.3% จากการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะสหรัฐ และยุโรป ซึ่งกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบจากอำนาจซื้อในประเทศที่อ่อนแอและมีปัญหาการเมือง แต่จะได้รับ

ประโยชน์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงผลบวกจากค่าเงินบาทอ่อนตั ASTV ผู้จัดการรายวัน, บทความเรื่องกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ยังเติบโตแต่ส่อแผ่วปลายหลังปีนี้แรงจัด, 2556)

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย มีนักลงทุนที่เข้ามาลงทุน เช่น บริษัทยุโรป บริ อเมริกา บริษัทญี่ปุ่น บริษัทสิงคโปร์ และบริษัทจีน เป็นต้น ซึ่งโดยการทำงานในแต่ละองค์กรจะมีรูปแบบของการทำงานที่แตกต่างกัน และมีลักษณะการจัดการองค์กรที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนและมีความหลากหลายของวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง อันจะนำไปสู่การทำงานร่วมกันและการดำเนินงานนั้นเป็นไปอย่างราบรื่นมากที่สุด จึงควรที่จะให้พนักงานในองค์กรมีความเข้าใจและรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของตน

วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) เป็นระบบความคิดร่วม (Shared Beliefs) ที่เกิดจากคนซึ่งอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มต้องการอยู่รอดและเติ ในสิ่งแวดล้อมของเขา ดังนั้นจึงต้องสร้างสรรค์ระบบความคิด การรับรู้ที่เกิดอยู่รอบตัวเพื่อที่จะได้หาวิธีตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้กลุ่มอยู่รอดและเติบโตต่อไป จึงอธิบายได้ว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ส่งผลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนในองค์กร และหากเรามีความเข้าใจ ในวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในองค์กรแล้ว จะทำให้เราสามารถเข้าถึงสิ่งที่กระทำของคนในองค์กร รวมทั้งสามารถคาดเดาและควบคุมให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมขึ้นภายในองค์กรได้ (สิทธิโชค วรานุสัน 2540, น.9) ดังนั้นควรให้ความสำคัญและทำความเข้าใจวัฒนธรรมองค์กรให้มากยิ่งขึ้น นอกจากจะมีความสำคัญต่อการแสดงออกของพนักงานในองค์กรแล้ว วัฒนธรรมองค์กรยังมีผลโดยตรงต่อการควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน การจัดระเบียบองค์กร การตัดสินใจของผู้บริหารในองค์กรและอีกประการหนึ่ง คือวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) เนื่องจาก เป็นเรื่องของความเต็มใจที่บุคคลยินดีที่จะทุ่มเทแรงกายและความจงรักภักดีให้แก่ระบบสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ (Kanter, 1968, p. 499)

นอกจากนี้ ยังพบว่า การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรนั้น สามารถพยากรณ์ อัตราการเข้า - ออกงาน (Turnover) ของสมาชิกองค์กรได้ดีกว่าการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงาน เนื่องจากในบางครั้งแต่ละบุคคลอาจจะไม่พอใจเงินเดือนที่ได้รับ หรือไม่พอใจผู้บังคับบัญชานั้นคือ เขามีความไม่พอใจในงาน แต่ความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูงอาจจะสามารถครอบงำหรือข่มความไม่พอใจของเขาไว้ ทำให้บุคคลตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมอยู่กับองค์กรต่อไป (Koch and Strees, 1977, p. 46)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสร้างความผูกพันต่อองค์กรเป็นอีกทางหนึ่งสำหรับการดำรงรักษา พนักงานที่มีคุณค่าต่อองค์กร การทำให้พวกเขาทำงานภายในองค์กรอย่างมีความสุข รู้สึกอยากอยู่กับ องค์กรด้วยความเต็มใจ รวมไปถึงการให้พนักงานทำตามหน้าที่อย่างเต็มกำลังและความสามารถของ เขาที่มีอยู่ ความผูกพันจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งที่จะรักษาพนักงานให้คงอยู่คู่องค์กร ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิด ระหว่างพนักงานกับองค์กร และพยายามทำให้เป้าหมายของตนเองกับองค์กรสามารถเกี่ยวข้องกันได้ หากพนักงานรู้ว่าองค์กรกำลังดำเนินการไปในทิศทางใด และรับรู้ได้ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่เป็ กำลังสำคัญขององค์กร สิ่งเหล่านี้จะเป็นผลดีในช่วงเวลาที่ยาวและภาพรวมขององค์กร จึงทำให้แต่ละ องค์กรต้องใช้ความสามารถในการผลักดันหรือสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรและ คงอยู่กับองค์กรร่วมกัน ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ จึงบอกได้ว่าความผูกพันต่อองค์กร คือสิ่งสำคัญที่ทุก ๆ องค์กรต้องรักษาไว้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบถึงความแต งของการรับรู้ วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่มีผลก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันภายใน องค์กร การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นธุรกิจหนึ่งที่สำคัญในระบบ ธุรกิจไทย มีคนไทยปริมาณมากที่ทำงานในบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ และในแต่ละบริษัทจะมีวัฒนธรรม องค์กรที่แตกต่างกัน มีการสร้างกลยุทธ์ในการบริหารจัดการงานบุคคลที่ต่างกันให้พนักงานเกิ ความรัก และความผูกพันต่อองค์กรซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญที่จะสามารถธำรงรักษาไว้ซึ่งคนที่ดี เก่ง มีความสามารถให้คงอยู่กับองค์กรยาวนานแล้วยังส่งผลให้การทำงานภายในองค์กรไม่หยุดชะงัก มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และการวิจัยนี้บริษัทที่เป็นของคนไทยสามารถนำข้อมูลที่ ได้ ไปปรับใช้และสร้างกลยุทธ์ในงานบุคคลที่ดึงดูดแรงงานคนไทยและสร้างความผูกพันให้เกิด พนักงานในองค์กรของตนมากขึ้น เพื่อที่จะรักษาพนักงานของตนไว้ และมีขีดความสามารถทางการ แข่งขันสู้กับบริษัทต่างชาติได้

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผล ความผูกพันและการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานทั้งกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรร อิเล็กทรอนิกส์ทั้งในมิติการทำงาน มิติกลุ่มและมิติบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความผูกพันของพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิก ทั้งในมิติการทำงาน มิติกลุ่มและมิติบุคคล

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่มและมิติบุคคล ที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ทั้งกลุ่มบริษัทยุโรอเมริกา และญี่ปุ่น

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้อายุงานสาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 สาขาที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วยเพศระดับการศึกษาระดับรายได้อายุงานสาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 สาขาที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่นมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่นมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 5** เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงานมิติกลุ่ม และมิติบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.4.1 ด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาและเปรียบเทียบ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร 3 มิติ คือ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคล พร้อมทั้งความผูกพันต่อองค์กรในด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น

### 1.4.2 ด้านประชากร

การศึกษาในครั้งนี้จำกัดขอบเขตกลุ่มเป้าหมายเฉพาะพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิก ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่ น ที่เป็นผู้ลงทุน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน จาก 3 เขต คือเขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไปซึ่งปัจจุบันผู้ลงทุนที่เป็นกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ทั้งหมด 5 บริษัท พนักงาน 6,893 คน และผู้ลงทุนที่เป็นกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น ทั้งหมด 9 บริษัท พนักงาน 4,319 คนรวมทั้งหมด 11,212 คน (นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค, 2557)

โดยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คนโดยแบ่งเก็บกลุ่มตัวอย่าง บริษัทยุโรป อเมริกา จำนวน 210 คน และบริษัทญี่ปุ่น 210คน เพื่อสอบถามในเรื่องการรับรู้วัฒนธรรมภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน

### 1.4.3 ด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2557 ถึงเดือนธันวาคม 2557 รวมระยะเวลา 4 เดือน

## 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดศัพท์เฉพาะ ดังนี้

**องค์กร** หมายถึง บริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ ที่ลงทุนทำธุรกิจผลิตชิ้นส่ว อิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน

**อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง บริษัทหรือธุรกิจที่ทำการผลิตเกี่ยวกับชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

**กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา** หมายถึง กลุ่มของบริษัทที่มีผู้ลงทุนหรือสัดส่วนการเป็นเจ้าของ ส่วนใหญ่ที่มาจากประเทศทวีปยุโรป และอเมริกา

**บริษัทญี่ปุ่น** หมายถึง บริษัทที่มีผู้ลงทุนหรือเป็นเจ้าของที่มีเชื้อชาติประเทศญี่ปุ่น

**พนักงาน**หมายถึง พนักงานที่ทำงานในบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่ลงทุนทำธุรกิจ ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน

**การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรม** (Organizational Culture)หมายถึง การรับรู้ถึงแบบแผนการ ประพฤติปฏิบัติร่วมกันของคนในองค์กร รวมถึงค่านิยม ความคิด ความเชื่อที่มีผลกับการแสดงออก ของคนในองค์กร โดยมีผลมาจากการเรียนรู้และพัฒนาในอดีต และถ่ายทอดมายังสมาชิกรุ่นใหม่ เพื่อที่จะนำไปใช้เป็นแบบในการประพฤติปฏิบัติต่อไปโดยแบ่งการวัดการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรม องค์กรออกเป็น 3 มิติ (ธงชัย สันติวงศ์, 2535)ได้แก่

1. การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรมิติงาน (Task Dimension) หมายถึง การรับรู้ ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้คนในองค์กรเกิดแบบแผนการประพฤติปฏิบัติที่ให้ความสำคัญต่อ ภารกิจ (Mission) ที่เขาได้รับมอบหมาย

2. การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรมิติกลุ่ม (Interpersonal Dimension) หมายถึง การรับรู้ ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้คนในองค์กร เกิดแบบแผนการประพฤติปฏิบัติ ความสำคัญต่อการประสานงาน การร่วมมือกันทำงาน และการจะประสบความสำเร็จจากการทำงาน ร่วมกันได้นั้น ขึ้นอยู่กับขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงานของกลุ่มตลอดจนการให้รางวัลตามที่กลุ่ม ต้องการ

3. การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรมิติบุคคล (Individual Dimension) หมายถึง การรับรู้ ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้คนในองค์กรเกิดแบบแผนการประพฤติปฏิ ความสำคัญต่อคน ซึ่งเป็นผู้ทำงานให้กับองค์กร ถ้าหากบุคคลมีอิสระต่อการลงมือท และได้รับการ พัฒนาสิ่งที่ถนัด บุคคลในองค์กรจะปฏิบัติได้ตามเป้าที่วางไว้

**ความผูกพันต่อองค์กร** (Organization Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของคนและพฤติกรรมที่แสดงต่อองค์กรที่ตนอยู่ โดยยอมรับจุดมุ่งหมายขององค์กร เต็มใจที่จะทำงานเพื่อทำให้องค์กรเติบโต โดยแบ่งความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ออกเป็น 3 ด้าน (Allen and Meyer, 1990) ดังนี้

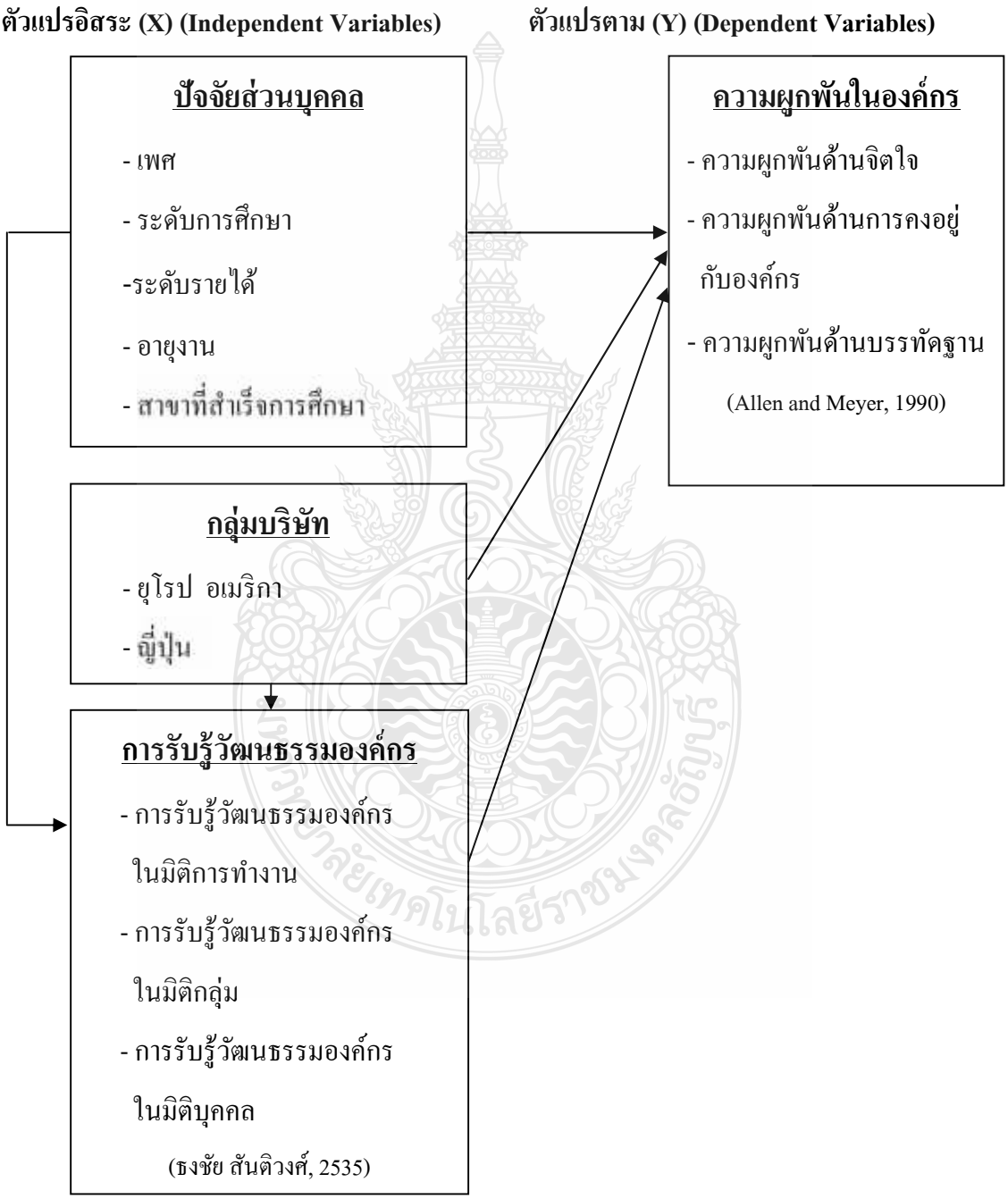
1. ด้านจิตใจ (Affective Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกที่มีความผูกพันของพนักงาน ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีส่วนร่วมขององค์กร

2. ด้านการคงอยู่กับองค์กร (Continuance Commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อแลกกับการคงอยู่ภายในองค์กรของพนักงาน

3. ด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ภาระผูกพันหรือหน้าที่ (Obligation) ของพนักงานที่ได้รับการปลูกฝังว่า พวกเขาควรจะอยู่ในองค์กร เป็นเรื่องของความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการของพนักงานที่มีต่อกลุ่มและต่อองค์กร

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมจากผู้ทำการวิจัยหลายท่านเอาไว้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้




**ภาพที่ 1.1** แสดงกรอบแนวคิด

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผู้บริหารสามารถนำความรู้ในด้านการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานไปเป็นพื้นฐานการวางแผน และกำหนดนโยบายในการบริหารงานบุคลากร เพื่อเพิ่มความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร อันจะทำให้เกิดผลดีต่อองค์กร

1.7.2 ผู้บริหารสามารถนำความรู้จากการวิจัยไปใช้ในการสร้างและปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการงานบุคคลเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานในองค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมทั้งยังสามารถช่วยลดปัญหาการลาออกและสามารถลดต้นทุนการสรรหาพนักงานใหม่ขององค์กร

1.7.3 นักวิชาการทางด้านการบริหารองค์กรจะเกิดภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เกี่ยวกับความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์กรที่ทำให้พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในกลุ่มบริษัทต่างชาติที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างไร ในด้านการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร เป็นการเติมเต็มองค์ความรู้ในด้านนี้ยิ่งขึ้น

1.7.4 เป็นการขยายความรู้ทางวิชาการศึกษา ในเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและเรื่องความผูกพันต่อองค์กร ตลอดจนเป็นแนวทางเพื่อศึกษาค้นคว้าในเรื่องดังกล่าวและสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวคิดในการพัฒนาทางการวิจัยต่อไป

# บทที่ 2
# เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักง อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นได้นำแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางการศึกษาและจัดลำดับเสนอดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
3. อิทธิพลของลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร
4. วัฒนธรรมในสังคมยุโรปและอเมริกาที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร
5. วัฒนธรรมในสังคมญี่ปุ่นที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ได้มีผู้ศึกษาและรวบรวมไว้มากมายหลายท่าน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาความหมายและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรไว้ ดังนี้

รัชดา อุดมวิทิต (2550) การรับรู้ หมายถึง การตีความหมายต่อสิ่งเร้าต่า ๆ ที่บุคคลได้ประสบโดยประสงค์ผ่านประสาทสัมผัสว่าสิ่งนั้นเป็นอย่างไร

บุญศิริ สุวรรณเพ็ชร (2548) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่สมองรับรู้กระแสความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากอวัยวะความรู้สึก และสมองจะใช้วัตถุดิบเหล่านี้ เพื่อช่วยแปลความหมายข้อมูลที่ได้รับมา

Schermerhorn และคณะ (2000) ได้ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการชี้บุคคลแต่ละบุคคลได้รับ จัดการ และแปลข้อมูลนั้นออกมาจากสภาพแวดล้อ เขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการที่ทำให้เข้าใจหรือรู้สึกโดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการแปลความหมายของข่าวสาร โดยการสังเกตของแต่ละบุคคล

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่สมองแปลความหมาหรือตีความจากการสัมผัสที่คนได้รับออกมาเป็นความรู้ ความมาก่อนเป็นเครื่องมือ

การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับวัฒนธรรมองค์กร เพราะวัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่เกิดจากการรับรู้ของบุคคลที่มีความสำคัญมากกว่าข้อเท็จจริง ถึงแม้ว่าการรับรู้จะได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ข้อเท็จจริง แต่บุคคลอาจมองสิ่งเดียวกันแต่มีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้

ดังนั้น การรับรู้ (Perception) จึงเป็นกระบวนการที่บุคคลจัดระเบียบและตีความรู้สึกของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องมีพลังงานมากระตุ้นอวัยวะความรู้สึก ซึ่งเรียกว่าสิ่งที่ส่งมา (Input) การสนองตอบผลที่ออกมา (Output) การทำงานของระบบการรับรู้มีอยู่ 2 ประการ (รัจรี นพเกตุ, 2549) คือ

1. จะต้องมีความฉับไวต่อพลังงานที่ส่งเข้ามา

2. ต้องสามารถตอบโต้หรือส่งผลออก เมื่อมีพลังงานส่งเข้ามา การที่เราสามารถนำหลักการรับรู้สร้างเครื่องจักรกลซึ่งเป็นผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ได้ หมายความว่า เราสามารถศึกษาการรับรู้ได้ในเชิงวิทยาศาสตร์เช่นกัน

นอกจากนี้การรับรู้ที่แตกต่างกันของบุคคลยังเกิดจาก ผู้รับรู้ ความมุ่งหมาย สถานการณ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548)

1. ผู้รับรู้(The perceiver) เมื่อบุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามที่จะตีความหมายถึงสิ่งที่เขามองว่าคืออะไร การตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวเนื่องอย่างมากกับการรับรู้ได้แก่ ทัศนคติสิ่งจูงใจ เรื่องราวในอดีต และความคาดหวัง ดังนี้

1.1 ทัศนคติ (Attitudes) คือ แนวโน้มของบุคคลที่จะเข้าใจ (Cognitive) รู้สึก (Feel หรือ Effect) และแสดงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

1.2 เหตุจูงใจ (Motives) แรงจูงใจภายในบุคคลที่กระตุ้นความต้องการที่เป็นที่พอใจหรือไม่เป็นที่พอใจ จากพฤติกรรมบุคคลและอาจมีผลต่อการรับรู้อย่างมาก

1.3 ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจของผู้รับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น คนที่ชอบเล่นกีฬา เมื่อมีเวลาว่างก็จะใช้เวลาในการเล่นกีฬา เป็นต้น

1.4 ประสบการณ์ในอดีต (Past experiences) คนเรารับรู้สิ่งต่าง ๆ จากการที่เรามีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ก่อให้เกิดเป็นลักษณะนิสัย เป็นพื้นฐานในการคิดต่าง ๆ

1.5 ความคาดหวัง (Expectation) คือการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือพฤติกรรมซึ่งนำสู่ผลลัพธ์ เช่น เรามีความคาดหวังว่าลูกต้องเก่ง ขยัน แต่ความจริงอาจตรงกันข้ามกับที่เราคาดหวังเป็นไปได้

2. ความมุ่งหมายหรือเป้าหมาย (Target) คือ สิ่งที่ถูกสังเกตว่าเป็นที่ยอมรับและรับรู้ คนที่เสียงดังจะถูกสังเกตกว่าคนที่เงียบ เช่นเดียวกับคนที่น่าประทับใจอย่างมากก็จะถูกสังเกตกว่าคนที่ไม่

น่าประทับใจ ลักษณะของเป้าหมาย ประกอบด้วย ความใหม่ ความเคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง และความใกล้เคียง ซึ่งสามารถสร้างภาพของเป้าหมายตามที่เราเห็น เป้าหมายไม่สามารถมองในลักษณะเดี่ยว ๆ ได้ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกันและคล้ายกันเข้าด้วยกัน

3. ลักษณะสถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งที่เรามองเห็น หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ที่อยู่ภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น การรับรู้ว่าคนอาศัยอยู่ริมแม่น้ำจะต้องว่ายน้ำเป็น แต่ในความเป็นจริงบางคนอาจจะว่ายน้ำไม่เป็นก็ได้ ปัจจัยสถานการณ์ทำให้เกิดการรับรู้ด้วยเวลา สถานภาพ และสภาพสังคม เช่น ช่วงเวลาที่แตกต่างกันอาจรับรู้ได้แตกต่างกัน

การรับรู้จึงเป็นกระบวนการจัดระบบและให้ความหมายต่อสิ่งต่า ๆ รอบตัวซึ่งส่งผลต่อการตัดสินและการแสดงออก โดยพบว่า การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งต่ ๆ จะได้รับผลกระทบจากทั้งปัจจัยในบุคคล เช่น ความสนใจ ทัศนคติ อดีตที่ผ่านมา เป็นต้น ปัจจัยด้านสถานการณ์ เช่น เวลา สถานที่ในขณะที่มารับรู้

มาร์วิน โบเวอร์ (อ้างถึงใน สมยศ นาวีการ, 2546, น.78) วัฒนธรรมองค์กรเป็นวิถีทางที่เรากระทำสิ่งต่าง ๆ อยู่ ณ ที่นี่ ประสิทธิภาพขององค์กรจะได้รับอิทธิพลอย่างมากจากวัฒนธรรมองค์กรที่กระทบต่อวิถีทาง การบริหารจะถูกปฏิบัติและการเป็นผู้นำก็ได้รับอิทธิพลเหมือนกัน

วิภาส ทองสุทธิ์ (2552 ,น.470) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ระบบการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันซึ่งค่าความเชื่อและค่านิยมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนในองค์กรเกิดปัจจัยแรงผลักดัน

บุษยมาศ แสงเงิน (2555) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่สร้างขึ้นจากคนในองค์กร โดยมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันและยึดถือปฏิบัติในองค์กรนั้น ๆ

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่เกิดจากคนภายในองค์กรร่วมกันสร้างซึ่งเป็นที่ยอมรับและถือปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ

**ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร**

วัฒนธรรมตามวิถีชีวิตและพฤติกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบวัฒนธรรมตามพื้นฐานของค่านิยม การแบ่งรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรประเภทนี้เป็นการแบ่งค่านิยมขององค์กรที่อยู่บนพื้นฐานของจุดมุ่งหมายและแหล่งที่มาซึ่งชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์กร โดยทั่วไปมี 4 รูปแบบ ดังนี้ (สมยศ นาวีการ, 2541)

1.1 วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบกา Entrepreneurial Culture) เป็นวัฒนธรรมที่แหล่งที่มาของค่านิยมร่วมอยู่ที่ผู้นำที่มีบารมี หรือผู้ก่อตั้งองค์กรและเป็นค่านิยมที่มุ่งหน้าที่ คือ การ

สร้างคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ซึ่งวัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการอาจจะไม่มั่นคงและเสี่ยงภัยเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว

1.2 วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าที่และได้กลายเป็นขนบธรรมเนียมและเ ลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์ ารเป็นค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว

1.3 วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งภายในความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตาบอด และการให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบัน วัฒนธรรมองค์กรรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพิธีศาสนาหลายอย่าง ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเราและมุ่งพวกเขา จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็น ศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย

1.4 วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรรในฐานะที่คล้ายคลึงกับสโมสรที่เลือกสรรสมาชิก ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งองค์กรจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา

2. รูปแบบวัฒนธรรมตามพื้นฐานของการควบคุม เป็นการแบ่งวัฒนธรรมองค์ พื้นฐานของการกำกับภายในมือของผู้บริหารระดับสูง การมุ่งความเสี่ยงภัยขององค์กร และความโน้มเอียงของการเปลี่ยนแปลง แบ่งได้ 2 แบบ (สมยศ นาวีการ, 2543) คือ

2.1 วัฒนธรรมแบบเครื่องจักร (Mechanistic Culture) คือ องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบเครื่องจักรนี้จะถูกการควบคุมอย่างเข้มงวด ค่านิยมและความเชื่อร่วมกันจะเป็นการทำตามกัน กา อนุรักษ์นิยม การเชื่อฟังต่อกฎ ความเต็มใจที่จะทำงานเป็นทีมและความจงรักภักดีต่อระบบ มักขาดการเสี่ยงภัย เป้าหมายวัฒนธรรมแบบนี้ คือ ประสิทธิภาพ มุ่งปรับปรุงคุณภาพและการลดต้นทุน งานส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยโครงสร้าง และการดำเนินการตามกฎระเบียบวิธีปฏิบัติงานจะสำคัญมาก วัฒนธรรมแบบนี้จะเหมาะกับสิ่งแวดล้อมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง สมาชิกในองค์กรที่พอใจกับการเปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงและความเป็นอิสระอาจจะไม่มีความสุขภายในวัฒนธรรมรูปแ นอกจากนี้อาจแสดงให้เห็นถึงระดับความไว้วางใจต่ำภายในองค์กรด้วย

2.2 วัฒนธรรมแบบคล่องตัว (Organic Culture) วัฒนธรรมแบบนี้เกี่ยวกับการเปิดโอกาสในระดับสูงให้กับความหลากหลาย กฎและข้อบังคับจะมีน้อย มีการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งอย่างเปิดเผย มีลักษณะอดทนกับความหลากหลาย มีความไว้วางใจกัน และเคารพต่อความเป็นเอกบุคคล มี

ความคล่องตัวและความเปลี่ยนแปลง ข้อด้อย ของวัฒนธรรมแบบนี้ คือ การสูญเสียการควบคุมพนักงานที่สามารถเผชิญกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงภัย

3. Charles Handy (1995) รูปแบบวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตและพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของเทพเจ้ากรีกโบราณ แบ่งเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

3.1 วัฒนธรรมที่เน้นบทบาท Apollo หรือ Role Culture) คือวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้กำหนดไว้แน่ชัดเป็นลายลักษณ์อักษร มีลักษณะที่ชอบด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ โครงสร้างขององค์กรกำหนดไว้แน่ชัดตามลำดับขั้นการบริหารที่ลดหลั่นกันไป และมีกฎระเบียบข้อบังคับในกระบวน ทำงานต่าง ๆ ชัดเจนทั่วองค์กร ซึ่งวัฒนธรรมแบบนี้จะปรากฏชัดในหน่วยงานใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งค่อนข้างล่าช้าต่อการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อความเจริญ ความมีประสิทธิผลประสิทธิภาพและความอยู่รอดต่อไปขององค์กร มักใช้การประชุมเป็นส่วนใหญ่ในการปฏิบัติงานร่วมกัน การตัดสินใจแก้ไขปัญหาหรือพัฒนางานใด ๆ

3.2 วัฒนธรรมเน้นที่งาน (Athena หรือ Task Oriented Culture) คือวัฒนธรรมที่เน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีม สนับสนุนและส่งเสริมให้สมาชิกแต่ละคนพัฒนาและใช้ความรู้ ความสามารถอย่างเต็มที่ เพื่อผลงานและการพัฒนาที่ริเริ่มใหม่อยู่เสมองานที่ปฏิบัติกันเป็นทีมจะถูกจัดเป็นโครงการโดยไม่ยึดติดกับโครงสร้างขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้เหมาะสมกับหน่วยงานที่ต้องเร่งรีบพัฒนาปรับปรุง โดยเฉพาะในสภาวะที่ต้องแข่งขัน

3.3 วัฒนธรรมที่เน้นบทบาทอิสระเฉพาะตัวบุคค Dionysus หรือ Existential) ผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้ จะตั้งกฎเกณฑ์ของตนเองมีอิสระสูง ความรู้ความสามารถของบุคคลที่หลากหลายจำเป็นและมีผลต่อประสิทธิภาพและชื่อเสียงขององค์กรเป็นอย่ามหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยที่มุ่งเน้นความเป็นเลิศทา ด้านวิชาการจะสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมองค์กรแบบนี้อย่างชัดเจน

3.4 วัฒนธรรมแบบเป็นผู้นำ (Zeus หรือ Leader Culture) รูปแบบวัฒนธรรมที่ผู้นำจะมีกลุ่มผู้บริหารเป็นที่ปรึกษา หรือเป็นผู้สนองรับหรือนำการตัดสินใจ นโยบาย แนวทางและแผนงานไปดำเนินการให้บรรลุผล ความสำเร็จของทีมบริหารเกิดจากความสามารถของผู้นำที่พัฒนาแล สร้างระบบการติดต่อสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ (Trust) โครงสร้างองค์กรมีขนาดกะทัดรัดแต่ครอบคลุม มีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อข่าวและสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ผู้บริหารที่มีแก่งมักมีประวัติการทำงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมอย่างนี้มาก่อนเสมอ

ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรข้างต้นเป็นวัฒนธรรมที่แบ่งตามพื้นฐานของตัวแปรที่แตกต่างกันไป และผู้เขียนจะพูดถึงรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Cooke and Lafferty, 1989 (อ้างถึง ในจารุวรรณ ประดา, 2545) คือ

วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) คือองค์กรที่มีลักษณะเน้นค่านิยมการทำงานโดยมุ่งสนับสนุนสมาชิกภายในองค์กรมีการติดต่อและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำงานมีลักษณะที่ส่งผลต่อสมาชิกในองค์กรประสบผลสำเร็จสำหรับการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจส่วนบุคคลเกี่ยวเนื่องกับการต้องการความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จ และไมตรีสัมพันธ์ซึ่งลักษณะพื้นฐานวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ มี 4 มิติ คือ

1.1 มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกการทำงานของคนในองค์กรที่มีภาพรวมของลักษณะการทำงานที่ดี มีการตั้งเป้าหมายร่วมกัน พฤติกรรมการทำงานของทุกคนเป็นแบบมีเหตุมีผล มีเกณฑ์และการวางแผนที่ดีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการทำงาน รู้สึกว่างานมีความหมายและมีความท้าทาย จุดเด่นคือสมาชิกองค์กรมีความกระตือรือร้น และมีความรู้สึกว่างานท้าทายความสามารถอยู่ตลอดเวลา

1.2 มิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - actualizing) คือ องค์กรที่มีค่านิยม และพฤติกรรมการแสดงออกของการทำงานในทางสร้างสรรค์ โดยเน้นความต้องการของสมาชิกตามความคาดหวังเป้าหมายการทำงานอยู่ที่คุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยเป้าหมายจะสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร รวมถึงการบรรลุงานมาพร้อมกับความก้าวหน้าทุกคนมีความสมัครใจในการทำงานและภาคภูมิใจในงานของตน ซึ่งทุกคนได้รับการส่งเสริมในการพัฒนาตนเองจากงานที่ทำ รวมถึงมีอิสระที่จะพัฒนางานของตน จุดเด่น คือ สมาชิกองค์กรมีความผูกพันกับงานและมีบุคลิกภาพที่พร้อมในการทำงานสูง

1.3 มิติมุ่งบุคคล (Humanistic-encouraging) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของการทำงานที่มีรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมและมุ่งบุคคลเป็นศูนย์กลางความสำคัญกับคนในองค์กร โดยสมาชิกคือ ทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร การทำงานมีลักษณะติดต่อสื่อสารที่มีดี สมาชิกมีความสุขและภาคภูมิใจในการทำงาน มีความสุขต่อการสอน การนิเทศงานและเป็นพี่เลี้ยงให้แก่กัน ทุกคนในองค์กรได้รับการสนับสนุนความเจริญก้าวหน้าในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ลักษณะเด่น คือ ทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งสำคัญที่สุดขององค์กร

1.4 มิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) คือ องค์กรที่มีรูปแบบที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สมาชิกทุกคนมีความเป็นกันเอง เปิดเผย จริงใจ และไวต่อความรู้สึกของ

เพื่อนร่วมงานและเพื่อนร่วมทีม ได้รับการยอมรับและเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกัน จุดเด่น คือ ความเป็นเพื่อนและความจริงใจต่อกัน

ดังนั้น วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์จะเน้นการทำงานอย่างสร้างสรรค์ สร้างค่านิยมในการทำงานที่มุ่งความสำเร็จและความพึงพอใจในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เน้นการทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน และมีความรู้สึกว่างานท้าทาย ความสามารถอยู่ตลอดเวลาต่อไปก็จะขอกล่าวถึงวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรอีกแบบหนึ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้บุคลากรในองค์กรเกิดการพัฒนาในการเ การทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมายองค์กร

อย่างไรก็ตามในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรนั้น จำเป็นต้องมีกรอบการวิเคราะห์ที่แน่ชัด ซึ่งจะทำให้ประมวลสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นจริงดีที่สุด ผู้ศึกษาจึงพิจารณาแนวความคิดการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในแต่ละด้าน จากแนวคิดของ ธงชัย สันติวงศ์ (2535) จะพบว่ามีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1. งาน (Task) มีส่วนสำคัญที่สุดที่ถือเป็นหลักขององค์กร คือ ภารกิจหรืองานที่พึงต้องกระทำเสร็จนั้นเอง งานต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นงานที่องค์กรจะต้องทำให้ลุล่วงหมดสิ้นไป เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาได้ 2 ระดับต่างกันคือ

ระดับที่ 1 งานที่องค์กร คือ งานที่เชื่อมโยงใกล้ชิดกับกลยุทธ์ขององค์กรโดยตรงและเป็นงานซึ่งหากจะทำให้สำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องเป็นการร่วมมือกันทำงานของคนในองค์กร

ระดับที่ 2 งานย่อย คืองานทั้งหลายที่มีงานแยกย่อยลงมาให้คนและกลุ่มต่าง ๆ เมื่อทำเสร็จแล้วประมวลรวมกันขึ้นเป็นงานขององค์กร งานย่อยเหล่านี้จะเป็นงานที่แท้จริง เพราะพลังงานขององค์กรจะเป็นเพียงชื่อเรียกรวม ๆ กันของความพยายามที่จะทำให้ได้เป็นผลสำเร็จที่สูงขึ้น แต่ในทางปฏิบัติที่แท้จริงนั้น คนจะเป็นผู้ทำงานทุกอย่างให้ลุล่วงไป เพื่อให้สามารถทำงานได้ ตามขนาดความรู้ขีดความสามารถที่มีอยู่ งานขององค์กร จึงจัดแบ่งเป็นงานย่อยสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่จะทำได้ งานย่อยเหล่านี้จะมีลักษณะแตกต่างกันไปและต้องการความรู้ ความสามารถของบุคคลและกลุ่มบุคคหน้าที่แตกต่างกัน รวมทั้งต้องการชนิดของรางวัลตอบแทนสำหรับผู้ทำงานแตกต่างกันไปด้วย

2. บุคคล (Individual Person) ส่วนประกอบที่ 2 ขององค์กร คือ คนซึ่งเป็นผู้ทำงานต่าง ๆ กันโดยทั่วไปจะมีลักษณะสำคัญ 3 ทางคือ

2.1 คนแต่ละคนจะมีลักษณะ ความถนัด และความสามารถต่างกัน ดังนั้น การที่ใครจะเข้ามาทำงานในจุดใดจุดหนึ่งขององค์กร จึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานศักยภาพในการลงมือทำที่แตกต่างกันเป็นตัวกำหนด

2.2 คนแต่ละคนจะมีบุคลิกลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่ งกัน อาทิ มีความต้องการที่แตกต่างกัน มีความเชื่อ และประวัติพื้นฐานความเป็นมาที่แตกต่างกัน

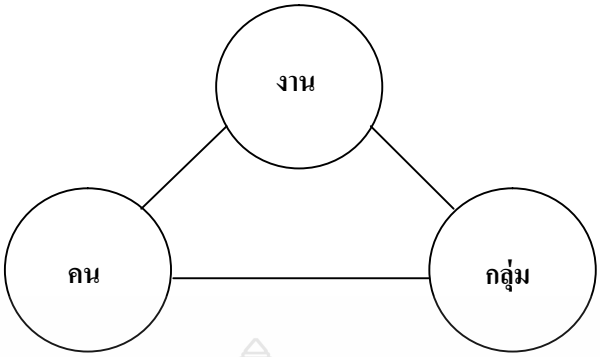
2.3 ทัศนคติ และพฤติกรรมของแต่ละคน จะแตกต่างกันไปตามอิทธิพลผลกระทบที่มีจากชนิดของงานที่ได้รับมอบให้ลงมือทำ ควบคู่กับปัจจัยทางสังคมต่างๆ ตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในงานนั้น ๆ

3. กลุ่ม (Group) ส่วนประกอบที่สำคัญส่วนที่ 3 คือ กลุ่มต่าง ๆ ขององค์กร กล่าวคือ ขณะที่คนแต่ละคนทำงานอยู่นั้น จะเห็นว่างานส่วนใหญ่ขององค์กรต่างต้องอาศัยกลุ่มคนเป็นผู้กระทำโดยต้องมีการร่วมกัน การรวมกลุ่มทำงานของคนเหล่านั้นไม่ว่ากลุ่มจะมีขนาดเ กเพียง 2 คนหรือมากกว่าก็ตาม การเกี่ยวข้องระหว่างกันจะเกิดขึ้น และทำให้เขาเหล่านั้นคิดคำนึงถึงหน่วยที่เป็นส่วนรวมหรือที่เราเรียกว่า “กลุ่ม” นั่นเอง กลุ่มต่าง ๆ จะมีลักษณะสำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

3.1 กลุ่มจะมีลักษณะเป็นการรวมกันหลาย ๆ คน โดยมีบุคคลเข้ามาอยู่เป็นสมาชิกและจากการมีสมาชิกที่รวมเข้ามาจากหลาย ๆ ฝ่ายนั้นเองทำให้กลุ่มมีลักษณะที่มีความสามารถหลาย ๆ อย่างพร้อมทั้งมีความต้องการหลายชนิดประกอบอยู่ด้วยกันปรากฏอยู่ในกลุ่ม

3.2 กลุ่มทุกกลุ่มต่างก็มีลักษณะและประเภทงานกลุ่มที่ได้รับมอบให้ทำปรากฏอยู่ เช่น งานในกลุ่มพนักงานคอมพิวเตอร์ อาจจะไม่จำเป็นต้องติดต่อกับคนภายนอกมากนักต่างไปจากในกลุ่มขายสินค้า หรือกลุ่มบริการลูกค้า

3.3 กระบวนการวิธีการทำงานของกลุ่มและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นไปภายในกลุ่มว่าเป็นอย่างไรภายในบรรดาสมาชิก เช่น หน่วยงานภายในส่วนกลางของธนาคารในสำนักงานใหญ่ทุกแห่งต่างก็มีการประชุมมากมาย ผู้บริหารระดับสูงจะแต่งกายใส่สูท และมีเอกสารหรือคอมพิวเตอร์ประดับไว้ รับประทานอาหารเที่ยงจะเป็นไปอย่างมีพิธีรีตอง แต่สำหรับพนักงานในสาขาของธนาคาร ทุกคนจะหมกมุ่นอยู่กับงานเอกสาร การบริการและแก้ไขปัญหากับลูกค้า มีการใช้เครื่องมือตลอดจนอุปกรณ์สำนักงานด้วยความรีบเร่ง และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำงานก็จะเป็นไปในรูปแบบที่แตกต่างกันตามความจำเป็นและเงื่อนไขของงานด้วย




**ภาพที่ 2.1** ส่วนประกอบพื้นฐานของวัฒนธรรม

โดยสรุปส่วนประกอบพื้นฐาน งาน บุคคล และกลุ่มจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญขององค์กร ถึงอย่างไร สิ่งที่สำคัญมากกว่านั้นคือ การที่บุคคลในองค์กรได้รับรู้องค์ประกอบความสัมพันธ์ที่เป็นอยู่ภายในองค์กรนั้นเอง ผู้ศึกษาจึงใช้แนวทางคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์การรับรู้วัฒนธรรองค์กรโดยศึกษาแนวคิด 3 มิติหลักได้แก่ มิติงาน (Task Dimension) มิติกลุ่ม(Interpersonal Dimension) มิติบุคคล (Individual Dimension) (ธงชัย สันติวงศ์, 2535) มีความหมายและแนวความคิดดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติร่วมกันของคนในองค์กร รวมถึงค่านิยม ความคิด รวมทั้งความเชื่อที่มีผลกับการแสดงออกของคนในองค์กร โดยค่านิยม ความเชื่อความคิดเหล่านั้นมีผลมาจากการเรียนรู้และพัฒนาในอดีต และถ่ายทอดมายังสมาชิกรุ่นใหม่ เพื่อที่จะนำไปใช้เป็นแบบในการประพฤติปฏิบัติต่อไป

2. วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ 3 มิติ คือ

2.1 มิติงาน หมายถึง ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้คนในองค์กร ดแบบแผนการประพฤติปฏิบัติที่ให้ความสำคัญต่อภารกิจ (Mission) ที่เขาได้รับมอบหมาย ซึ่งถือว่ามิติการทำงานเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ถือเป็นหลักขององค์กร คือ ภารกิจหรืองานที่พึงต้องกระทำเสร็จนั้นเอง งานต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นงานที่องค์กรจะต้องทำให้ลุล่วงหมดสิ้นไป เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 มิติกลุ่ม หมายถึง ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้องค์กรเกิดผลการปฏิบัโดยเน้นการประสานงาน ความร่วมมือกันทำงาน และการจะประสบผลจากการทำงานร่วมกันได้นั้นขึ้นอยู่กับขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงานของกลุ่มตลอดจนการให้รางวัลตามที่กลุ่มต้องการ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตามที่องค์กรต้องการ

2.3 มิติบุคคล หมายถึง ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ อันส่งผลให้คนในองค์กรเกิดแบบ แผนการประพฤติปฏิบัติที่ให้ความสำคัญต่อคน ซึ่งเป็นผู้ทำงานให้กับองค์กร โดยเชื่อว่าถ้าหากบุคคลมีอิสระในการทำงาน และได้รับการพัฒนาทักษะและความสามารถในการทำงานที่ดีพอ พวกเขาจะสามารถปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนด และส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรด้วย

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับของคำมั่นสัญญาและการมีส่วนร่วมของ คคลที่ทำงานในองค์กรและค่านิยมขององค์กร ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ต้องการปฏิสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน (Alpha Measure อ้างถึงใน สวนีย์ แก้วสมณี, 2549, น.11)

Kahn (1990) กล่าวไว้ว่าความผูกพันของพนักงานนั้นเป็นโครงสร้างที่มีหลายมิติซึ่งอาจจะเป็นมิติด้านความรู้สึกผูกพันของพนักงาน มิติการเรียนรู้ การคิด หรือความผูกพันที่แสดงออกมาในมิติด้านกายภาพ ซึ่งพนักงานสามารถที่จะเกิดความผูกพันในมิติใดก็ได้

Steers (1997, p. 122) บอกไว้ว่าความผูกพันขององค์กรมีองค์ส่วนประกอบ 3 อย่าง คือ

1. ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรเป็นความต้องการของพนักงานที่มีความสมัครใจอยู่ปฏิบัติงานในองค์กร ไม่คิดหรือมีความต้องการที่จะลาออกจากการเป็นสมาชิกขององค์กร การที่พนักงานมีความมั่นคงต่อองค์กร ไม่ปรารถนาจะไปจากองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะให้ผลตอบแทนที่มากกว่า รวมทั้งมีความปลาบปลื้มที่เป็นสมาชิกของกลุ่มและคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทกำลังอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กรหมายถึงการใช้ทักษะ ความมุ่งมั่นของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อให้งานขององค์กรประสบความสำเร็จ การที่พนักงานพร้อมที่จะใช้สติปัญญาและพลังความสามารถทั้งหมดเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนางานให้บรรลุตามที่ตั้งไว้ รวมถึงการเสียสละเพื่อประโยชน์ขององค์กร

3. ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมของ หมายถึง การยอมรับแนวปฏิบัติงาน เพื่อให้สำเร็จดังใจหมาย และมีค่านิยมที่เดินไปในแนวทางเดียวกันกับองค์กร การพนักงานมีความเชื่อถือ ยอมรับ และพร้อมที่จะปฏิบัติตามเป้าหมายและค่านิยมองค์กรอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังมีความศรัทธาต่อเป้าหมายที่องค์กรกำหนด รวมถึงความรู้สึกว่าเป้าหมายและค่านิยมของตนเองคล้ายคลึงกับองค์กร และงานเป็นหนทางที่จะสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรได้

**แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร**

ความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีการแสดงออกมาได้ทั้งในรูปของทัศนคติ และ พฤติกรรมซึ่งผู้มีความรู้ทางด้านนี้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Kanter & Kan พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความเต็มใจที่บุคคลอุทิศตนดีที่จะลงแรงกายและความภักดีให้แก่ระบบสังคมที่เขาเป็นส่วนหนึ่ง ผู้ปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวโยงระหว่างเอกลักษณ์ของเขากับองค์กรที่เขาอยู่ ผู้ปฏิบัติงานที่มีความมั่นคงต่อองค์กรจะตั้งใจทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรเห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความไม่เต็มใจที่จะออกจากองค์กรไป ไม่ว่าองค์กรใหม่จะเพิ่มเงินเดือน รายได้หรือให้อิสระทางอาชีพหรืออื่น ๆ

Bunchanan (1974, p. 23) ให้รายละเอียดของความผูกพันต่อองค์กรคือ

1. ความเป็นหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร (Idenification) โดยเต็มใจที่จะทำงานและยอมรับค่านิยม ตลอดจนวัตถุประสงค์ขององค์กรว่าเป็นไปทางเดียวกับของตน

2. การมีส่วนร่วมในองค์กร (Involvement) ตามบทบาทของตนอย่างเต็มที่

3. ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty)

Herbert (1976, pp. 416-417) เห็นว่าความผูกพันเป็นการประสานพฤติกรรมของสมาชิกกับเป้าที่วางไว้ขององค์กรที่กำหนดกิจกรรม และการกระทำไว้แล้ว ในการให้แนวทางและการเข้ามีส่วนร่วม การที่สมาชิกเปิดเผยตัวตนว่ายอมรับจุดหมายขององค์กร และตั้งปณิธานที่จะยอมจุดหมายนั้นก็ยิ่งถูกใจให้ใช้พลังงานที่อยู่ไปเพื่อสนองวัตถุประสงค์ต่อจุดหมายนั้นสมาชิกที่ยอมรับเป้าหมายองค์กรอย่างแท้จริง จะแสดงตนเข้าเป็นพวกอย่างแน่นเฟ้น แม้จะต้องเสียสละประโยชน์ส่วนตัวบางอย่างก็ตาม

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2521, น. 25) กล่าวว่าสมาชิกจำเป็นต้องมีความผูกพันซึ่งกันและกันในการลงมือทำงาน ความผูกพันนั้นจำแนกออกเป็น 4 ลำดับขั้นคือ

1. ความผูกพันระหว่างสมาชิกกับสมาชิก
2. ความผูกพันระหว่างสมาชิกกับองค์กร
3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร
4. ความผูกพันระหว่างองค์กรและสิ่งแวดล้อม

ความผูกพันระหว่างสมาชิกกับสมาชิก เป็นสิ่งที่ปรากฏได้ไม่ห่างไกลจากตัวเรานัก ความเกี่ยวเนื่องของสมาชิกในองค์กรจะเกิดผลดีต่อองค์การ ถ้าหากสมาชิกทั้งหลายเข้าใจถูกต้องวัตถุประสงค์ขององค์กร เมื่อเป็นเช่นนี้ต่างก็ร่วมมือช่วยให้ผลงานที่ได้มีประสิทธิภาพความผูกพันของสมาชิกกับองค์กรเป็นความมั่นคงต่อผู้บังคับบัญชา หัวหน้างานหรือผู้จัดการหากสมาชิกมีความ

รักเคารพชอบอัธยาศัยหัวหน้าหรือผู้จัดการแม้งานที่ทำจะลำบากยากเข็ญเขาก็เพียรพยายามทำจ
สำเร็จ แต่หากสมาชิกไม่ถูกกับผู้จัดการ เขาจะมีความรู้สึกว่าเขาไม่ชอบองค์กรนั้นมิใช่ตัวผู้จัดก
ความผูกพันระหว่างองค์กรกับองค์กรอื่น ๆ ย่อมส่งผลกระทบไปถึงสมาชิกทั้งมวลขององค์กรที่
ผูกพันกัน และเนื่องจากความผูกพันระหว่างองค์กรเกิดขึ้น โดยผู้บริหารองค์กรทั้งสองความผูกพัน
ระหว่างกันไม่ว่าจะเป็นในแง่ใดก็ตามก็ไม่เป็นไปโดยสมาชิกของสององค์กรนั้น ความผูกพันระหว่าง
องค์กรจึงเป็นการผูกพันระหว่างบุคคลของแต่ละองค์กร ความผูกพันระหว่างองค์กรกับสิ่งแวดล้อ
สิ่งที่เกี่ยวข้องความผูกพันกับองค์กรรวมเรียกว่า สิ่งแวดล้อม

วิจิตร วรุตบางกูร (2525, น. 130) ความสำเร็จของหัวหน้างานมิใช่อยู่ที่การมีอำนาจในการ
บังคับบัญชา หรือการมีความรู้ในงานที่ทำเท่านั้น ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ความรักใคร่นับถือ
ของลูกน้อง ความภักดีเชื่อถือศรัทธา และการร่วมมือของผู้ปฏิบัติการระดับล่าง ดังนั้นผู้บริหารที่ดีควร
มีความสามารถในการบริหารบุคคลให้ได้ทั้งงาน และน้ำใจคนทำให้คนในองค์กรร่วมมือปฏิบัติงา
ด้วยความรักและเต็มกำลังที่มี นอกจากนั้นผู้บริหารยังจะต้องมีความสามารถที่สร้างบันดาลใจใ
ผู้ปฏิบัติงานเกิดความรักในงาน ความศรัทธาในหน่วยงาน เกิดความรู้สึกเสียสละเพื่องานอย่างเต็มใจ
กำลังความคิดและสติปัญญาหาทางเพื่อปรับปรุงให้งานนั้น ๆ เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

แม้ว่าจะมีการวิจัยในเรื่องของความผูกพันต่อองค์กรอย่างกว้างขวางเพียงใดก็ตาม แต่กลับ
พบว่า ยังไม่มีการศึกษาใดนำเสนอตัวแปรที่สามารถชี้ชัด หรือตัดสินได้ว่า ตัวแปรใดที่มีอิทธิพลต่อ
ความรู้สึกผูกพันองค์กรได้อย่างครอบคลุมและสมบูรณ์แบบ ผลจากการศึกษาของนักวิชาการต่าง ๆ
ได้พยายามนำเสนอตัวแปรที่ใช้ในการทำนายความผูกพันต่อองค์กรในหลายแบบ ได้แก่

Sheldon (1971, p. 144) องค์ประกอบที่สัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรจะเกี่ยวข้องกับ
ช่วงเวลาทำงานในองค์กร อายุ เพศ ระดับตำแหน่ง รวมถึงปัจจัยที่เป็นการกระทำที่ผ่านมาของ
ผู้ปฏิบัติงาน ดังนี้

1. ช่วงของเวลาที่ใช้ในการศึกษาเพื่อประกอบอาชีพ
2. ความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน
3. การพัฒนาประสบการณ์พร้อมกับความสนใจในอาชีพ

Allen and Meyer (1990, pp. 1-18) ได้นำเสนอความผูกพันต่อองค์กรว่าน่าจะประกอบ
ด้วย 3 ด้าน ที่พวกเขาเรียกว่า ความผูกพันด้านจิต (Affective Commitment) ด้านการคงอยู่
(Continuance Commitment) และด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) แม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว
ความผูกพันต่อองค์กรจะเชื่อมโยงระหว่างพนักงานและองค์กรซึ่งช่วยลดอัตราลาออกของพวกเข
ลงได้ แต่หากเราพิจารณาอย่างละเอียดแล้วจะเห็นได้ว่า การเชื่อมโยงนั้นมีความแตกต่างกันไป คือ

พนักงานที่รู้สึกผูกพันด้านจิตใจ เนื่องจากพวกเขาปรารถนา (Want) ที่จะอยู่ในองค์กร ส่วนพนักงานที่มีความผูกพันด้านการคงอยู่ เพราะพวกเขาจำเป็น (Need) ที่จะอยู่ในองค์กร ส่วนความผูกพันด้านบรรทัดฐาน เนื่องจากพวกเขารู้สึกว่าเขาควรจะอยู่ในองค์กร

ทั้ง 3 ลักษณะช่วยให้เห็นถึงการแบ่งแยกองค์ประกอบความผูกพันมากกว่าจะเป็นเรื่องของประเภทของความผูกพัน โดยพนักงานสามารถประเมินระดับความผูกพันได้จากสภาพทางจิตใจของแต่ละคน ตัวอย่างเช่น บางคนอาจรู้สึกว่าเขาจำเป็น และควรจะต้องอยู่ในองค์กรทั้ง ๆ ที่เขาไม่ปรารถนาจะอยู่หรือบางคนไม่รู้สึกว่าเขาจำเป็นและควรจะต้องอยู่ในองค์กร แต่เขาปรารถนาที่จะอยู่เอง เป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวว่า ความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรสามารถแบ่งแยกออกมาได้ทางด้านจิตใจ ของแต่ละบุคคล

การแสดงให้เห็นว่าทั้ง 3 องค์ประกอบ เกิดมาจากสภาพการณ์แตกต่างกัน ซึ่งขอชี้แจงโดยสังเขป (Dumham, Grube and Castaneda, 1994, p. 371)

1. ความผูกพันด้านจิตใจ เกิดจาก 4 ปัจจัยหลัก คือ คุณลักษณะบุคคล คุณลักษณะงาน ประสบการณ์ทำงาน และคุณลักษณะโครงสร้าง ดังนั้น ความผูกพันด้านจิตใจ คืออารมณ์ความรู้สึกผูกพันของพนักงาน หรืออันหนึ่งอันเดียวกัน และมีส่วนร่วมของคนในองค์กร ผลการค้นคว้าจากเสตียร์ (Steers,1970) และมอททาซ (Mottaz, 1988) จะได้ว่า ความผูกพันด้านจิตใจ มีดังนี้

1.1 การรับรู้เกี่ยวกับอิสระของการทำงาน (Task Astonomy) ความเน้นในงาน เอกลักษณ์เฉพาะงาน และความหลากหลายของทักษะ

1.2 การพึ่งพาองค์การ (Organizational Dependability) ความรู้สึกของพนักงานที่มีให้กับองค์กรในการมองถึงผลประโยชน์ที่รับ

1.3 การรับรู้ของการมีส่วนร่วมในการจัดการ (Participatory Management) เป็นการรับรู้ของคนในองค์กร ว่าสามารถที่จะตัดสินใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการทำงานได้

2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ พัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน 2 ปัจจัย ได้แก่ ขนาดหรือปริมาณของการลงทุนที่แต่ละบุคคลทำไป และการรับในการขาดทางเลือก ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยจะมีผลกับ การอยากได้รับเงินจากการทำงานมากขึ้น ซึ่งเกี่ยวพันถึงการยังคงอยู่ในองค์กรต่อไปหรือไม่ด้วย ดังนั้น ความผูกพันด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) คือ ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อให้ได้มาของการคงอยู่ภายในองค์กร พบว่าประกอบด้วย

2.1 อายุ (Age)

2.2 สถานภาพของตำแหน่ง (Tenure)

2.3 ความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction)

2.4 ความตั้งใจที่จะลาออก (Intent to leave)

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ได้รับอิทธิพลมาจากการกระทำที่ผ่านมาในอดีตของแต่ละคนโดยมีจุดเริ่มต้นจากครอบครัว วัฒนธรรมสังคม และการหล่อหลอมขัดเกลาขององค์กร ในตอนเริ่มเข้าสู่องค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานเชื่อถือฝังอยู่ในใจตั้งแต่แรกเข้าสู่องค์กร ตัวอย่างเช่น พนักงานที่มีพ่อแม่ที่เป็นพนักงานในองค์กรด้วยระยะเวลายาวนาน หรือที่ได้รับการสั่งสอน ให้เห็นความสำคัญของความภักดีต่อองค์กร คนเหล่านี้จะเป็นผู้มีความรักองค์กรมาก กล่าวคือสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ปลูกฝังอยู่ในพนักงานเป็นสิ่งที่พบเจอโดยผ่านวิถีปฏิบัติในองค์กรตั้งแต่แรกเริ่มที่เขาเข้าสู่องค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อที่ว่า องค์กรต้องการให้พวกเขามีความจงรักภักดีกับองค์กรให้มากที่สุด ดังนั้น ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ภาระผูกพัน หรือหน้าที่ซึ่งพนักงานได้รับการปลูกฝังว่าพวกเขาสมควรจะอยู่ในองค์กร เป็นเรื่องความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการที่พนักงานรู้สึกว่า เขาควรจะอยู่ในองค์กร ซึ่งกรูบ (Grube, 1990) ศึกษาและพบว่าประกอบด้วย

3.1 ความผูกพันกับผู้ร่วมงาน (Coworker Commitment) ประกอบด้วยมิติด้านจิตใจและบรรทัดฐาน (Affective and Normative Dimension)

3.2 การพึ่งพาองค์กร (Organizational Dependability)

3.3 การมีส่วนร่วมการจัดการ (Participatory Management)

จากข้างต้นพบว่า แนวคิดสอดคล้องกับความผูกพันต่อองค์กรของอัลเลน และไมเยอร์ ให้ความกระจ่างชัดในการประเมินระดับความรู้สึกผูกพันของแต่ละคน ตลอดจนการสรุปประเด็นเกี่ยวด้านความผูกพันไว้ค่อนข้างครอบคลุม นอกจากนี้จากการสำรว ลวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่าผู้ศึกษาโดยส่วนมากเกิดแนวความคิดของพอร์เตอร์และคณะ (Porter and other) เป็นแนวทางในการศึกษา แต่สำหรับครั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจและเลือกใช้แนวความคิด ตลอดจนตัวแปรที่ใช้ในการวัดความผูกพันต่อองค์กรของอัลเลนและไมเยอร์ (Allen and Meyer, 1990) เป็นแนวทางศึกษา เนื่องจากมีความเห็นว่า

1. ในแง่ของคำนิยามหรือความหมายและการกำหนดตัวแปรทำนายความผูกพันต่อองค์กรของทั้งพอตเตอร์และอัลเลน และไมเยอร์ ไม่มีความแตกต่างกันมาก คื 2 แนวความคิดให้ความหมายที่ค่อนข้างครอบคลุมและชัดเจน แสดงถึงความรู้สึก ทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อองค์กร การยอมรับและความเต็มใจที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป แต่แนวคิดของอัลเลนและไมเยอร์ ได้มีการสรุ และกำหนดตัวแปรพยากรณ์ความผูกพันที่มีให้กับองค์กรไว้เป็นด้าน ๆ อย่างชัดเจน

2. ในแง่ของการสร้างเครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรนั้น ได้มีการศึกษาเปรียบเทีย เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรจากแนวคิดทั้งสอง โดยแมทธิว และซาจาค (Muthieu and Zajac,

1990 quoted on Dunham, Grube and Castaneda, 1994, p. 371) ซึ่งทำการศึกษารูปแบบของเครื่องมือวัดด้านจิตใจ ด้านความเชื่อมั่นและโครงสร้างปัจจัยของแบบสอบถามตามแนวของอัลเลน และไมเยอร์ เปรียบเทียบกับแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร (The Organizational Commitment Questionaire - OCQ) ตามความคิดของพอร์เตอร์และคณะพบว่า เป็นตามงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ว่าเครื่องมือวัดของอัลเลน และไมเยอร์สามารถวัดความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน ได้ดีในขณะที่พบว่า OCQ ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดของพอร์เตอร์และคณะนั้น วัดได้เฉพาะความผูกพันด้านจิตใจ และไม่สามารถวัดองค์ประกอบตัวอื่น คือ ความผูกพันด้านการคงอยู่ แ น บรรทัดฐานได้เหมือนเครื่องมือวัดของอัลเลนและไมเยอร์

**ตารางที่ 2.1** เปรียบเทียบคำนิยามและความหมาย ของอัลเลน และไมเยอร์ กับ พอร์เตอร์และคณะ

| นักวิชาการ | คำนิยามและความหมาย | ความผูกพัน (สามารถวัดได้) | | |
|---|---|---|---|---|
| | | ด้านจิตใจ | ด้านการคงอยู่ | ด้านบรรทัดฐาน |
| อัลเลน และไมเยอร์ | ครอบคลุม | √ | √ | √ |
| พอร์เตอร์และคณะ | ครอบคลุม | √ | - | - |

**ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร**

Buchanan (1974, p. 346) ชี้ให้เห็นว่าความผูกพันเป็นเรื่องสำคัญยิ่งโดยเฉพาะผู้จัดการเพราะความผูกพันในองค์กรจำเป็นต่อการอยู่รอดและความมีประสิทธิภาพองค์กรขนาดใหญ่เพราะจุดหมายสำคัญสำหรับการบริหารจัดการงานของทุกองค์กรก็คือให้องค์กรคงอยู่ในสภาพที่มีสุขภาพเพื่อให้ดำเนินงานต่อไปได้ ดังนั้น ความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งเฉพาะ

1. ความผูกพันในองค์กรเชื่อมระหว่างจินตนาการมนุษย์กับเป้าหมายขององค์กร หรือทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

2. ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าตนเองมีส่วนเป็นเจ้าขององค์กรและมีส่วนสร้างประสิทธิภาพขององค์กร

3. ช่วยลดการควบคุมจากภายนอก

สเตียรส์ (Steers) ความสำคัญของความผูกพันต่อการตัดสินใจขององค์กรว่าระหว่างการตัดสินใจของกลุ่ม การเพิ่มความผูกพันสำหรับการตัดสินใจจะช่ ให้สมาชิกทำตามมติของกลุ่มแม้ว่าพวกเขาจะไม่เห็นด้วยกับมตินั้น กระบวนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพของอ ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่จำเป็นสองประการ คือ กลุ่มความคิดและความเพิ่มความผูกพันของสมาชิกที่

จะช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดเรื่องศักยภาพของการตัดสินใจ ผู้บริหารจึงต้องตื่นตัวตลอดเวลาในการดำรงปัจจัยทั้งสองประการให้คงอยู่ในองค์กรตลอดไป

วีรพล พงษ์จิระศักดิ์ สรุปความเห็นนักวิชาการสาขาต่าง ๆ ที่พูดถึงความสิ่งสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรว่าความผูกพันเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะในระดับผู้ปฏิบัติซึ่งมีความสำคัญมากขององค์กร หากมีความผูกพันกับองค์กรมาก ก็จะนำพาองค์กรให้บรรวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้และดำเนินงานต่อไปอย่างดีที่สุด

**การสร้างความผูกพัน**

ความผูกพันเป็นกระบวนการที่จะก่อให้เกิดความผูกพัน ดังนั้นผู้บริหารควรสนับสนุนให้เกิดความผูกพันโดยอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ จาก สเตียรส์ (Steers) ได้เสนอตามนี้

1. เมื่อบุคคลอยู่ในเหตุการณ์ที่มีโอกาสจะบรรลุตามเป้าหมาย การปล่อยให้เขาทำงานด้วยตัวเองเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะทำให้เขาเชื่อมโยงผลประโยชน์ส่วนตัวกับองค์กรเข้าร่วมกัน แต่หากมีใครเข้าไปเกี่ยวข้องจะทำให้เขาเกิดความรู้สึกขึ้นมาแทน

2. ผู้บริหารจะต้องมีความห่วงใยต่อสวัสดิการด้านต่าง ๆ ของลูกน้องอย่างจริงจัง แต่การแสดงออกไม่เหมาะสมทำให้ล้มเหลวได้

3. ในบางเหตุการณ์เป็นสิ่งดีที่ปิดช่องทางให้คนมีอิสระทำงานมีพลังหรือหน้าที่รับผิดชอบในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานของเขาเอง

4. ผู้บริหารควรพยายามส่งเสริมให้บุคลากรที่เก่งเข้าถึงเป้าประหมายองค์กร และต้องชี้แนะให้เข้าใจว่าเป้าประสงค์มีความสำคัญมากน้อยเพียงใดและเขาสามารถทำให้องค์กรบรรลุตามที่ตั้งไว้นั้นอย่างไร พยายามสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างลูกน้องกับนายจ้างพร้อมทั้งพยายามสอดรับกับความต้องการส่วนบุคคลกับเป้าหมายองค์กร

## 2.3 อิทธิพลของลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร คือ ต้องแสดงอิทธิพลทำให้พนักงานแสดงออกในงานให้บรรลุภารกิจ (Mission) ขององค์กร เมื่อทำงานนี้สำเร็จลงจะส่งผลให้องค์กรปรับตัวอยู่รอดต่อไปได้ในสิ่งแวดล้อมของมัน และแน่นอนที่สุดการบรรลุภารกิจนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าหากว่ากลุ่มต่าง ๆ ในองค์กรไม่ทำงานร่วมกันได้อย่างกลมกลืน ทั้งนี้เพราะว่าการทำงานให้บรรลุภารกิจ โดยร่วมแรงร่วมใจจาหน่วยงานในองค์กร (สิทธิโชค วรานุสันติกูล, 2540, น.15)

นอกจากนี้หลักสำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรของ สเมอร์ซิช (Smircich, 1983 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรานุสันติกูล, 2540, น.18) คือ วัฒนธรรมองค์กร มีหน้าที่ที่ทำให้เกิดความผูกพัน

ภายในองค์กร ทุกคนและทุกหน่วยงานในองค์กรมีหน้าที่ที่ทำงานที่ตนรับมอบหมายมาให้ดี ผลของการทำงานของทุกคนและทุกหน่วยงาน เมื่อทำสำเร็จแล้วนำมารวมกันจะเป็นผลปฏิบัติงานรวมที่เป็นผลสำเร็จขององค์กรในที่สุด ซึ่งหมายถึงธุรกิจของบริษัทจะประสบผลสำเร็จตามไปด้วย วัฒนธรรมองค์กรนั้นจะทำหน้าที่พัฒนาความรู้สึกของคนภายในองค์กร ให้มีความมั่นคงต่อองค์กร เสียสละให้กับองค์กรซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นคุณสมบัติสำคัญในตัวพนักงานที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จได้

หากเรามองในแง่การกำกับดูแลการปฏิบัติงาน ส่วนที่เห็นชัดเจนในองค์กรคือการควบคุมที่ทำให้ยอมตาม วัฒนธรรมจะเป็นตัวควบคุมทำให้คนในองค์กรไม่รู้สึกว่าถูกควบคุม โดยคนในองค์กรจะอาศัยการทำงานกลุ่ม ได้แก่ บรรทัดฐาน ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อของคนในกลุ่มหรือวัฒนธรรองค์กรเป็นแนวทางการทำงาน ความมั่นคงยึดมั่นต่อองค์กรเป็นการกระทำของพนักงานในองค์กรที่ควรส่งเสริมด้วยการควบคุมที่ไม่ทำให้พวกเขารู้สึกว่าถูกควบคุมนั้นคือ การใช้วัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวควบคุมนั้นเอง และแนวการสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร (สิทธิโชวรานุสันติกูล, 2539, น.46-47) คือ

1. กลุ่มผู้บริหารระดับสูงควรมีความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมองค์กร เห็นประโยชยอมรับความสำคัญและเห็นด้วยในการเปลี่ยนแปลง

2. วิธีการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Development) จะช่วยทำให้การเปลี่ยนแปลงมีความแน่ชัด มีแผนงาน มีระบบมากขึ้น

3. การสื่อสารวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติระดับล่างว่าต้องการให้องค์กรบรรลุภารกิจอะไร อย่างไร

4. เพิ่มการสื่อสารให้ชัดเจนมากขึ้นด้วยวิธีการอื่นๆ นอกจากการพูด ประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร

5. สร้างสัญลักษณ์ที่ใช้ร่วมกัน ทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเดียวกัน

6. สร้างพิธีกรรมที่สื่อความหมายให้เกิดขึ้น

7. การฝึกอบรมด้วยวิธีการทางจิตวิทยา เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม ค่านิยมและทัศนคตินิยมโดยใช้นักจิตวิทยาที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ

8. การบริหารจัดการบุคคลทุกขั้นตอนต้องเดินไปในแนวทางเดียวกับวัฒนธรรมองค์กร

สรุปได้ว่า ลักษณะวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยหลักที่จะเพิ่มให้คนในองค์กรเกิดความรู้สึกมั่นคงต่อองค์กร โดยลักษณะวัฒนธรรมองค์กรนั้น ส่งผลกับการปฏิบัติร่วมของคนในองค์กร หากผู้บริหารศึกษาลักษณะวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในองค์กรของตน ก็จะสามารถวางแผการปฏิบัติตนที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ทั้งนี้การวางเส้นทางประพฤติ

ต้องมีลักษณะเป็นการกำกับดูแลโดยคนภายในองค์กรไม่รู้สึกว่าถูกควบคุม และส่งผลให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันและเต็มใจที่จะเสียสละให้องค์กรอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาได้รวมข้อมูลงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการรับรู้วัฒนธรรมและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร จึงได้รวบรวมและนำเสนอ ดังนี้

Meglino, Ravlin and Adkins (1989, pp. 424-432) ได้ศึกษาค่านิยมในการปฏิบัติงานและวัฒนธรรมองค์กร โดยการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็ง โดยทำให้เชื่อได้ว่าหากค่านิยมในการลงมือทำของบุคคลตรงกันกับคนอื่น ๆ ในองค์กร จะส่งผลในทางบวก การศึกษาครั้งนี้ใช้พนักงานฝ่ายผลิต 191 คน หัวหน้าของพนักงานเหล่านั้น 17 คน และผู้จัดการจำนวน 13 คน ในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ แบบสอบถามสร้างขึ้นเพื่อวัดงานที่ออกมาต่อความพอใจ ค่านิยมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร และนำไปจับคู่กับบันทึกการมาปฏิบัติและการประเมินผลของพนักงานเหล่านั้นเพื่อวิเคราะห์พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรสูง เมื่อค่านิยมในการทำงานของเขาตรงกันกับค่านิยมหัวหน้างาน และแม้ว่าความสอดคล้องกันของค่านิยมในงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานของเขามีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญกับอายุงาน แต่อย่างไรก็ตามมันก็มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในการจะบอกได้ว่าพนักงานจะอยู่ในองค์กรอีกนานหรือไม่

Shaw (1992, pp. 295-302) ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมโรงเรียน เน้นเฉพาะค่านิยมขององค์กรและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร เพื่อศึกษาความผูกพันกับค่านิยมใ ที่ทำงานของครูที่สอนโรงเรียนประถมศึกษากับครูที่สอนโรงเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นครูที่สอนประถมศึกษา จำนวน 265 คนใน 53 โรงเรียน กับครูที่สอนในมัธยมศึกษาจำนวน 255 คนใน 51 โรงเรียน และจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาตามแนวทางในการศึกษาวัฒนธรรมของไชน์ (Schein) ผลการวิจัยแสดงว่า ครูประถมศึกษากับครูมัธยมศึกษา มีความผูกพันต่อโรงเรียนแตกต่างกัน ครูประถมศึกษามีความผูกพันต่อโรงเรียนในระดับที่สูงกว่าครูมัธยมศึกษา

Orpen (1993, pp. 577-579) อิทธิพลบรรทัดฐานของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อการฝึกใ พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรที่มีบรรทัดฐานของวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งจะมีอิทธิผลทางบวกต่อการฝึกคน ให้มีเกิดความยึดมั่นต่อองค์กรมากกว่าองค์กรที่มีบรรทัดฐานของวัฒนธรรมองค์กรอ่อน ผลพนักงาน 2 บริษัท รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 80 คน ปรากฏว่าพนักงานใหม่และการฝึกหัด โดยผ่านขั้นตอนขัดเกลาทางสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร เฉพาะในองค์กรที่มีบรรทัดฐานของวัฒนธรรมองค์กรแข็งเท่านั้น

Hoe-chuan Alvin (1994, p. 643) ศึกษาธรรมชาติของวัฒนธรรมองค์กร และผลกระทบที่มีต่อความรู้สึกผูกพัน และการแสดงออกของพนักงาน โดยศึกษาการตรวจสอบวัฒนธรรมองค์กรของพนักงาน 1,500 คน โดยแบ่งวัฒนธรรมที่มีอยู่ในองค์กรออก เป็น 3 แนวคิด ได้แก่ วัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อย และการไม่ปรากฏวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจน ผลศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผ ต่อการแสดงออกทั้งที่พึงปรารถนา และไม่พึงปรารถนา โดยพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ พฤติกรรมพึงปรารถนา พฤติกรรมไม่พึงปรารถนา และพฤติกรรมที่เป็นทางการ โดยพฤติกรรมเหล่านี้นำไปสู่การหลีกเลี่ยงงาน หางานใหม่ และการลาออก นอกจากนี้ยังพบว่าความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจจะทำให้เกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนามากกว่าด้านอื่น ในขณะที่ความจงรักภักดีจะเป็นตัวป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมไม่พึงปรารถนา

สุภัทรา เอื้อวงศ์ (2538) ศึกษาภาพรวมในสถาบันการศึกษาพยาบาลและศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะแข็งและอ่อน ตลอดจนวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อและเป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนา โดยใช้กรอบแนวคิดของไซน์ (Schein) ผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมโดยรวมของ 2 สถาบัน มีความคล้ายคลึงกันในลักษณะเชิงวิชาชีพ คือสมาชิกต้องมีความเสียสละมีความรับผิดชอบ ความสัมพันธ์องค์กรยึดหลักอาวุโส ส่วนวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะเกี่ยวกับบริบทของส งกัน ซึ่งวัฒนธรรมในวิทยาลัยพยาบาลจะเด่นชัดในแบบของการเป็นทหาร การปฏิบัติตามคำสั่งเป็ วัฒนธรรมที่ทั้งเอื้อและเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสถาบันสำหรับในคณะพยาบาลศาสตร์ วัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะคือ อิสระในการดำเนินงานการควบคุมตนเองและมีความรับผิ ชอบ ซึ่งถือว่าเป็นวัฒนธรรมที่แข็งและตอบสนองต่อการพัฒนาสถาบัน ในขณะที่พบว่าวัฒนธรรมที่อ่อนมีเป้าหมายในการทำงานที่ต่างกันของสมาชิกในสถาบัน ซึ่งสิ่งนี้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เนื่องจากสถาบันมีขนาดใหญ่ สมาชิกมากและลักษณะเน้นรายละเอียดมากเนื่องจากส่วนใหญ่สมาชิกเป็นหญิง

## 2.4 วัฒนธรรมในสังคมยุโรป อเมริกาที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร

อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541, น.55-56) พื้นฐานในสังคมยุโรป อเมริกานั้นมีลักษณะวัฒนธรรมคล้าย ๆ กัน องค์กรหรือบริษัทยุโรป อเมริกาจะเสียเปรียบญี่ปุ่นในเรื่องความผูกพัน คนอเมริกาจะมาจากหลายเชื้อชาติ ประกอบกับการมีค่านิยมที่รักเสรี ไม่ผูกตนเองติดกับองค์กร มีการเปลี่ย บ่อย ๆ โดยเฉลี่ยแล้วคนอเมริกาจะทำงานอย่างน้อย 3 แห่งในชีวิต การทำงานเพียงแห่งเดียวเป็นสิ่งแปลกมากในสังคมอเมริกาความผูกพันระหว่างบุคคลกับองค์กรมีน้อยกว่าญี่ปุ่น คนอเมริกาทุกระดับพร้อมที่จะย้ายงานย้ายบ้านเมื่อมีตำแหน่งในที่ทำงานใหม่ที่ดีกว่า ส่วนทางองค์กรหรือบริษัทก็ปลดคนออกง่าย ๆ โดยถือประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรเป็นหลัก อย่างไรก็ดีลักษณะเฉพาะของ

คนอเมริกาประการหนึ่งคือ เมื่ออยู่ที่ไหนก็จะทำงานเต็มที่ เพราะถือว่าผลงานจะติดตัวไปตลอดชีวิต เมื่อย้ายไปที่อื่นก็จะถูกสอบประวัติไปยังที่ทำงานเก่า ซึ่งมักจะบอกกันตามความจริง สำหรับคนอเมริกาผลการปฏิบัติงานของเขาขึ้นกับการประเมินผลที่ชัดเจนและมองว่าผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจในงานที่ทำ ซึ่งผลตอบแทนจะพิจารณาจากผลการปฏิบัติจริงเป็นหลัก นอกจากนั้นคนอเมริกายังมีจริยธรรม (Work Ethics) ไม่ดูถูกงานคนทำงานถือว่าเป็นคนดีมีประโยชน์ แม้แต่คนไทยที่มีฐานะดีเมื่อไปอยู่ที่อเมริกาก็ทำงานประเภทผู้ใช้แรงงานได้โดยไม่รู้สึกอะไร เนื่องจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมด้านจริยธรรมในการทำงาน ซึ่งนักวิชาการอเมริกามักอธิบายว่า เป็นทัศนคติที่มีพื้นฐานมาจากศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนท์ อันเป็นลักษณะเฉพาะของสังคมชาวอเมริกา

อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541, น.38) ในอเมริกาเป็นที่ยอมรับว่า การบริหารยากที่สุดคือการบริหารมนุษย์ โดยการเปรียบเทียบกับการบริหารทรัพยากร หรือการบริหารปัจจัยในการดำเนินกิจการอื่น ๆ เช่น บริหารการเงิน เครื่องจักร อุปกรณ์ อาคารและที่ดินรวมทั้งข่าวสารการบริหารแล้วนับว่าเป็นเรื่องง่ายกว่ามากเมื่อเทียบกับการบริหารคน ผู้บริหารในยุคปัจจุบันในอเมริกาจึงยอมรับว่าเขาไม่มีสิทธิ์ที่จะควบคุมความสามารถและทัศนคติได้ จึงใช้ระบบเปิดในการบริหาร คือให้สิทธิเสรีภาพแก่พนักงานมาก โดยยอมรับว่าพนักงานแต่ละคนเป็นระบบมนุษย์ที่ซับซ้อน ยากที่จะเข้าใจและต้องใช้วิธีปรับตัว เจราจาต่อรอง ชักชวนและประนีประนอมกับพนักงาน (นิตย์ สัมมาพันธ์, 2526) อย่างไรก็ตามแม้ว่า อเมริกาจะมีปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ แต่ก็นับว่าเป็นประเทศที่มีการเติบโตยิ่งใหญ่มาก หลักบริหาร เทคนิคบริหารและเทคโนโลยีต่าง ๆ ของอเมริกาได้ถูกนำไปใช้กับประเทศต่าง ๆ มากมาย โดยเห็นว่าเป็นหลักการบริหารที่จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหาร ซึ่งส เหตุสำคัญที่ทำให้อเมริกามีหลักการบริหารดังกล่าวเพราะ เ แนวทางที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะความเป็นประชาธิปไตยของสังคมอเมริกา รวมทั้งทัศนคติและค่านิยมในการทำงานอื่น ๆ อีกด้วย

## 2.5 วัฒนธรรมในสังคมญี่ปุ่นที่มีต่อการสร้างลักษณะวัฒนธรรมองค์กร

อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541, น.54 - 55) พื้นฐานในสังคมญี่ปุ่นจะถือว่าประเทศหนึ่งเดียวกัน พนักงานบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท แม้แต่สหภาพแรงงานก็เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ถ้าบริษัทล้ม พนักงานก็หมดที่พึ่ง พนักงานบริษัทจะทำงานกับบริษัทตลอดชีวิต ดังนั้นชาวญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญกับหน้าที่มาก จะเห็นได้จากเวลาแนะนำตัว คนญี่ปุ่นจะบอกว่าเขาทำงานที่ไหนแล้วจึงบอกชื่อของเขา ลักษณะที่สำคัญอีกข้อหนึ่ง การบริหารงานของญี่ปุ่น คือการใช้ระบบปรึกษาหารือ มีส่วนร่วมทุกระดับชั้นอย่างรอบคอบ ประเภทที่เรียกว่า “สหมิต” (Consensus) ถือว่าเป็นการปรึกษาหารือกันจนมี

ความเห็นสอดคล้องเป็นเอกฉันท์ แทนที่จะรวบรัดด้วยวิธีการลงคะแนนในขั้นตอนของการตัดสินใ
ซึ่งในขั้นตอนนี้ญี่ปุ่นจะใช้เวลามากกว่าอเมริกา แต่พอถึงขั้นตอนปฏิบัติญี่ปุ่นจะทำได้รวดเร็วมาก
เพราะเมื่อตัดสินใจแล้วทุกคนจะยึดตามนั้น ไม่มีการเสียเวลาสงสัยข้องใจใดๆทั้งสิ้น เมื่อรวมเวลา
ตั้งแต่เริ่มจนทำงานแล้วเสร็จ ญี่ปุ่นจะใช้เวลาน้อยกว่าอเมริกา (นิตย์ สัมมาพันธ์, 2526, น.76) ซึ่งแม้
แต่คนอเมริกาเองก็ยังแปลกใจในการบริหารงานขอ ปุ่นซึ่งถ้าหากพิจารณาจะพบว่า ในญี่ปุ่น
คนหนุ่มสาวที่ได้รับความรู้มักจะมีลักษณะที่ไม่แสดงความคิดใด ๆ เกี่ยวข้องกับคำถามที่พาดพึงตัว
เขาโดยตรงตราบเท่าที่เขายังเกี่ยวข้องในเรื่องนั้นอยู่ ความคิดเห็นของหมู่คณะจะได้รับการพิจารณา
และให้ความสำคัญกับผู้อาวุโสหรือผู้นำของเขาเป็นอย่างมาก เขาจะไม่เป็นกลาง หรือแสดงข้อคิดเห็น
ใด ๆ ที่ขัดแย้งพยานหลักฐานหรือ ระสบการณ์ส่วนตัวจะไม่แสดงออก เมื่อเกิดข้อขัดแย้ง
ความเห็นของหมู่คณะหรือผู้นำลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้เป็นผลให้คนหนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นชอบที่จะหน่วง
เหนี่ยวหรือรั้งรอความเห็นส่วนตัวเอาไว้ (Gellerman, 1997 อ้างถึงใน ไพบูลย์ ช่างเรียน, 2532, น.55)
สำหรับญี่ปุ่นการเชื่อฟังและจงรักภักดีต่อบริษัทเป็นความคิดที่ฝังแน่นอยู่ในสมอง คนที่หยุดงานเกิน
2 ปีขึ้นไป แม้ว่าเขาจะป่วยก็แสดงให้เห็นว่า ขาดความจงรักภักดีต่อบริษัท พนักงานใหม่ในบริษัท
ญี่ปุ่น จะอุทิศตนทำงานในบริษัท เพราะพวกเขามั่นใจว่าบริษัทไม่ไล่เขาออกแม้ว่า เศรษฐกิจจะซบเซา
เพียงไร พนักงานจะไม่ถูกลอยแพ หรือถูกไล่ออกเหมือนที่บริษัทอเมริกาส่วนมากทำ แต่พนักงาน
จะยินยอมที่จะถูกลดเงินเดือน และลดชั่วโมงการทำงานลงแทน ในบริษัทญี่ปุ่นหากพนักงานรู้สึกไม่
พอใจในงาน ทางออกทางเดียวก็คือออกจากบริษัทไปหาตำแหน่งที่ดีกว่าในบริษัทอื่นซึ่งดูเหมือน
จะไม่มีทาง เพราะบริษัทอื่น ๆ จะไม่ยอมรับเขา คนส่วนมากมีความคิดฝังหัวว่า หากลูกจ้างคนใด
ออกจากบริษัทเดิมง่าย ๆ ก็อาจจะออกจากบริษัทใหม่ได้ง่าย ๆ เช่นกัน และคนที่เป็นแบบนี้ก็ถือว่า
เป็นคนที่ไม่น่าเชื่อถือไว้วางใจอีกต่อไป นอกจากนี้ชาวญี่ปุ่นจะมีความผูกพันในสังคมที่เหนียวแน่น
ยินดีที่จะเสียสละเพื่อหมู่คณะหรือสังคมโดยส่วนร่วม ดังจะเห็นได้กรณีเกิดสงครามโลกครั้ง 2
ลักษณะของวัฒนธรรม ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อต่ ๆ เหล่านี้ถูกนำมาดัดแปลงและพัฒนาใ
พอเหมาะและเกี่ยวข้องกับการบริหารงานของญี่ปุ่นในปัจจุบัน ซึ่งนับว่าเป็นประเทศหนึ่งที่บรรลุ
เป้าหมายในการบริหารที่มีแบบเฉพาะเป็นของตนเอง แม้แต่ประเทศอื่ ๆ ก็ให้ความสนใจใน
ความสำเร็จของญี่ปุ่นและพยายามที่จะเรียนรู้หลักการ เพื่อเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารของคนให้
มีผลงานออกมาดี

อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541, น.39) ในกรณีประเทศญี่ปุ่น ปรากฏว่ามีการปรับเปลี่ยนพัฒนาไป
สู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วมาก กล่าวคือ ญี่ปุ่นสามารถเปลี่ยนรูปแบบการดำรงชีวิตและการ
ทำงานของตนเองได้อย่างหน้ามือเป็นหลังมือทีเดียว หลังจากที่เคยปิดประเทศและเคยแพ้

ในสงครามโลกครั้งที่ 2 มาอย่างยับเยิน กลับกลายมาเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจเพียงไม่ถึง 40 ปี ทั้งนี้เพราะว่าญี่ปุ่นมีรูปแบบการยอมรับ ปฏิบัติตามอย่างเข็มงวดในสังคมและได้พัฒนาแนวทางการทำงานมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการและการผลิตนั่นเอง สำหรับในกร ของอเมริกานั้นจะมีรากฐานทัศนคติที่เป็นแบบประชาธิปไตย และความรับผิดชอบของผู้บริหารซึ่งต่างไปจากของญี่ปุ่น ซึ่งถ้าหากพิจารณาโดยถ่องแท้จะเห็นได้ว่าหลักการบริหารและเทคนิคต่างๆของทั้งสองประเทศนั้นจะตั้งอยู่บนพื้นฐานค่านิยม และทัศนคติของประชาชนในประเทศเป็นสำคัญ หากไม่มีกลุ่มก็หมายความว่า บุคคล ๆ นั้นแทบไม่มีความสำคัญอะไรเลย ดังนั้นคนแต่ละคนจะอุทิศตนไปกับกลุ่มโดยจะไม่คำนึงถึงตนเอง และสิ่งที่แสดงให้เห็นค่านิยมนี้อย่างชัดเจน คือในการลงโทษจะพบว่าการลงโทษที่รุนแรงที่สุดในสังคมญี่ปุ่นคือ วิธีการขับออกจากกลุ่ม และในการทำงานมีระบบการปกครองแบบอาวุโส เหมือนพ่อปกครองลูก ลูกจ้างระดับล่างจะเรียนรู้จับตามองการทำงานของผู้อาวุโสที่ทำงานมาก่อน นอกจากนี้สังคมญี่ปุ่นยังต้องการความเป็นเอกฉันท์ ความเป็นอันอันเดียวกันและการรักษาภาพลักษณ์ของการปรองดองกันอย่างชัดเจน

**ตารางที่ 2.2** แสดงค่านิยมพื้นฐานของวัฒนธรรมสังคมอันเป็นแหล่งกำเนิด ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรของคน 2 ชนชาติ (วนิดา พรพิรุฬห์, 2547, น. 25-26)

| ค่านิยมพื้นฐานในสังคมยุโรป อเมริกา | ค่านิยมพื้นฐานในสังคมญี่ปุ่น |
|---|---|
| 1. เน้นในด้านความคิดริเริ่มของปัจเจกบุคคล ความเป็นอิสระในการทำงาน | 1. การให้ความสำคัญกับสปิริตของกลุ่ม/ของทีม |
| 2. ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติให้ได้ผล | 2. การมองภาพธุรกิจในแง่มุมที่กว้าง (Generalist Perspective) |
| 3. การมองภาพของธุรกิจในแง่มุมเฉพาะด้าน (Specialist Perspective) | 3. การเปลี่ยนแปลงที่เป็นขั้นตอน |
| 4. การเปลี่ยนแปลงเพื่อผลที่ดีขึ้น | 4. ความรู้สึกผูกพันและความจงรักภักดี |
| 5. แรงจูงใจในการทำงานที่เกิดขึ้นจากตนเอง | 5. ระบบอาวุโส |
| 6. เชื่อในระบบยกย่องความสามารถที่ได้มาจากผลงานของตนเอง | 6. ความสอดคล้อง/ ความร่วมมือ |
| 7. มีทัศนะว่าผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน | 7. มติของคนกลุ่มใหญ่/ความเข้าใจร่วมกัน |
| 8. ต้องการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย | 8. การเข้ามีส่วนร่วมในธุรกิจ |

**ตารางที่ 2.2** แสดงค่านิยมพื้นฐานของวัฒนธรรมสังคมอันเป็นแหล่งกำเนิด ลักษณะวัฒนธรรมองค์กร ของคน 2 ชนชาติ (ต่อ)

| ค่านิยมพื้นฐานในสังคมยุโรป อเมริกา | ค่านิยมพื้นฐานในสังคมญี่ปุ่น |
|---|---|
| 9. เน้นในด้านหลักเกณฑ์ที่เป็นภววิสัย(Objective Criteria) | 9. การมองผลในระยะยาว |
| 10. การมองผลในระยะสั้น | 10. เน้นการกระจายผลประโยชน์ |
| 11. ผลกำไร | 11. ยึดถือทัศนคติที่ว่าทุกคนในองค์กรมีความสำคัญร่วมกัน จะขาดใครคนใดคนหนึ่งมิได้(Holistic Perspective) |
| 12.ความมีเหตุผล | 12. คุณภาพ |
| 13. เน้นด้านปริมาณ | 13. เชื่อในระบบผู้นำที่เป็นชาย |
| 14. ความเป็นสากล (Generalizable) | 14. พิธีกรรม |
| 15. อาชีพ หรืองานที่เน้นในด้านผลสำเร็จ | 15. ความจงรักภักดีต่อบริษัท |

**ที่มา :** ดัดแปลงจาก ประนอม โฆวินวิพัฒน์ และเกศินี วิฑูรชาติ (2532)

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**งานวิจัยภายในประเทศ**

ศิริพร ม่านกลาง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมองค์กรของพนักงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากการปฏิบัติงานของพนักงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก เกี่ยวเนื่องระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

เมธาวี บุญลือ (2553) ได้ศึกษาเรื่องการผูกพัน กรณีศึกษา บริษัท เอ็น วาย เคโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมากที่สุด และให้ความสำคัญกับระดับความผูกพันด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร

จรัสศรี บุญสอน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลากรเชิงกลยุทธ์ของข้าราชการสายสนับสนุน กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า

ข้าราชการสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนเป็นอันดับแรก

อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรและความรู้สึกผูกพันต่อองค์การในองค์การธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกา และญี่ปุ่น พบว่าพนักงานประกันภัย มีการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การในมิติบุคคลมากกกว่าพนักงานองค์การธุรกิจประกันภัยอเมริกาและญี่ปุ่น พนักงานองค์การธุรกิจประกันภัยไทยมีการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมในทุกมิติมากกว่าพนักงานในธุรกิจประกันภัยอเมริกา และญี่ปุ่น และพนักงานขององค์การประกันภัยญี่ปุ่นมีการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การน้อยกว่าพนักงานองค์การธุรกิจประกันภัยและอเมริกาในทุกมิติ

บุญพร ศิริรัตนะ (2554) ได้ศึกษาความแตกต่างของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรความผูกพันและความสุขในองค์กร ระหว่างพนักงานชาวไทยในองค์กรธุรกิจไทยและองค์กรธุรกรณีศึกษา บริษัท ตรวจสินค้าสากล(อัสโก้) จำกัด และ บริษัท โอมิค จำกัด พบว่าการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีผลในเชิงบวกต่อผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาองค์กร ความมั่นคงต่อองค์กรจะแสดงถึงความสามารถในการผลักดันให้บุคคลในองค์กรสามารถบรรลุผลปฏิบัติงาน ซึ่งความผูกพันจะคงอยู่ และสนับสนุนให้เกิดสินค้าและบริการเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจขององค์กร และความสุขในองค์กรกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารงานภายในองค์กรเนื่องจากส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง

วนิดา พรพิรุฬห์ (2547) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านวัฒนธรรมองค์กรระหว่างบริษัทญี่ปุ่นกับอเมริกาในประเทศไทย พบว่ารูปแบบทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นมีลักษณะในเรื่องความหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มาจากระบบเลื่อนขั้นตามความอาวุโสและลักษณะกลุ่มคนญี่ปุ่น ทำให้คนเก่งไม่มีโอกาสแสดงความสามารถให้เห็นได้ชัด และคนไม่เก่งก็สามารถอยู่รอดได้ ส่วนพนักงานของบริษัทอเมริกา จะมีลักษณะของการเน้นความสำเร็จ เปิดให้แสดงทักษะความสามารถของตนได้เต็มที่ส่งผลให้เกิดความสนใจ และพอใจในการทำงาน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบริษัทญี่ปุ่นและอเมริกาพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

**งานวิจัยต่างประเทศ**

Buchanan (1974, pp. 533 - 545) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความสำคัญของบุคลากรเป็นที่พึ่งได้ของบุคคลในองค์กร เจตคติของบุคคลต่อองค์กร

Porter (1974, pp. 603 - 609) ศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรกับการคงอยู่ เป็นการวิจัยระยะเวลา 10 เดือน แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคงอยู่และกลุ่มลาออกใช้เวลาศึกษา

4 ระยะผลการวิจัยมีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญระหว่างความผูกพันต่อองค์กรระหว่างกลุ่มที่คงอยู่ และกลุ่มที่จะออก โดยเฉพาะในระยะที่ 3 และระยะที่ 4 ของการเก็บข้อมูล ความผูกพันมีความสัมพันธ์ในด้านลบสูงกับการเปลี่ยนงานเช่นเดียวกับความพึงพอใจในงานซึ่งใช้เป็นทำนายการเปลี่ยนงาน

Steers (1977, pp. 5 - 56) วิจัยเรื่องปัจจัยเบื้องต้นที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วยคุณรูปแบบส่วนตัว คุณลักษณะงานและประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติพบว่าปัจจัยทั้ง 3 มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์การ และได้ศึกษาผลที่ตามมาของความผูกพันต่อองค์การพบว่าการคงอยู่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ส่วนการทำงานมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญกับความผูกพันองค์กร

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และมีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้กำหนดแนวทางการวิจัยโดยมีลำดับขั้นตอนในการศึกษา และมีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

## 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้** คือ พนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นที่เป็นผู้ลงทุน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคบาง-ปะอิน จาก 3 เขต คือเขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไปซึ่งปัจจุบันผู้ลงทุนที่เป็นบริษัทยุโรป อเมริกา ทั้งหมด 5 บริษัท จำนวน 6,893 คน และผู้ลงทุนที่เป็นบริษัทญี่ปุ่นทั้งหมด 9 บริษัท จำนวน 4,319 คนรวมทั้งหมด 11,212 คน (นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค, 2557)

**กลุ่มตัวอย่าง** คือ พนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นที่เป็นผู้ลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคบางปะอิน จาก 3 เขต คือเขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไป

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษานี้ได้ใช้สูตรการห แบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดระดับความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้หลักการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(E)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

E = 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

แทนค่า $n = \frac{11,212}{1 + 11,212(0.05)^2} = \frac{11,212}{1 + 11,212(0.0025)}$

$$n = \frac{11,212}{29.03}$$

$$n = 386.22$$

ดังนั้น จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 386.22 หรือประมาณ 386 ตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 386 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บตัวอย่างสำรองเพิ่มเติมอีก 34 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บตัวอย่างและป้องกันการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง ดังนี้

**ตารางที่ 3.1** จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

| บริษัทที่มาลงทุน | ประชากร (คน) | ตัวอย่าง (คน) |
|---|---|---|
| ยุโรป และอเมริกา | 6,893 | 210 |
| ญี่ปุ่น | 4,319 | 210 |
| **รวม** | **11,212** | **420** |

**การสุ่มตัวอย่าง**

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง ตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นที่เป็นผู้ลงทุน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน จาก 3 เขต คือเขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไป

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยแจกแจงแบ่งสัดส่วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัทยุโรป อเมริกา จำนวน 210 คน และบริษัทญี่ปุ่นจำนวน 210 คน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามสำรวจการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาจากการศึกษาข้อมูล ทฤษฎี เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรต่าง ๆ แบ่งออกได้ 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงานกลุ่มบริษัท และสาขาที่สำเร็จการศึกษาเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 มีจำนวน 5 ข้อ ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะมีระดับการวัดข้อมูลประเภท พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง

2. ระดับการศึกษา มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

3. ระดับรายได้ (เฉพาะค่าจ้างหรือเงินเดือน) มีคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

ต่ำกว่า 15,000 บาท

15,001 - 20,000 บาท

20,001 - 25,000 บาท

25,001 - 30,000 บาท

30,000 บาทขึ้นไป

4. อายุการทำงาน มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

น้อยกว่า 1 ปี

1 - 3 ปี

4 - 6 ปี

7 - 10 ปี

มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

5. กลุ่มบริษัทที่ทำงาน มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

ยุโรป หรือ อเมริกา

ญี่ปุ่น

6. สาขาที่จบการศึกษา มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

สาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้างหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ

สาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์

สาขาอื่น ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์

**ส่วนที่ 2** ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่มและการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคล โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 มีจำนวน 18 ข้อซึ่งผู้ศึกษาได้พัฒนาและปรับปรุงมาจากแบบสอบถามของ บุญพร ศิริวัฒนะ (2554) ดังนี้

1. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงานจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ข้อ 1, 2, 3, 4, 5, 6
2. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อ 7, 8, 9, 10, 11, 12
3. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคลจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อ 13, 14, 15, 16, 17, 18

**ส่วนที่ 3** ข้อคำถามที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐานโดยแบบสอบถามในส่วนที่ 3 มีจำนวน 24ข้อ ซึ่งผู้ศึกษาได้พัฒนาและปรับปรุงมาจากแบบสอบถามของ อารีย์ เพ็ชรรัตน์, 2541

1. ความผูกพันด้านจิตใจจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อ 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26
2. ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กรจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อ 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34
3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อ 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42

ลักษณะแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบปลายปิดแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์น (Likert's Scale) ในการวัดระดับความคิดเห็นเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นคำถามให้เลือกตอบโดยข้อความแต่ละข้อความมีคำตอบให้เลือกประเมิน 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดมีน้ำหนักเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับมากมีน้ำหนักเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับปานกลางมีน้ำหนักเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับน้อยมีน้ำหนักเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับน้อยที่สุดมีน้ำหนักเท่ากับ 1 คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูล และแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับการรับรู้วัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์กรเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

$$\frac{\text{(คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด)}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ ดังนี้

| | |
|---|---|
| ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 4.21 - 5.00 | อยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 3.41 - 4.20 | อยู่ในระดับมาก |
| ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 2.61 - 3.40 | อยู่ในระดับปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 1.81 - 2.60 | อยู่ในระดับน้อย |
| ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 1.00 - 1.80 | อยู่ในระดับน้อยที่สุด |

สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (r) ตามวิธีของเพียร์สัน เพื่อหาค่าสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล กับความผูกพันองค์กร ใช้เกณฑ์ดังนี้ (นิสากร นครเก่า, 2544)

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (r) | ระดับความสัมพันธ์ |
|---|---|
| ระหว่าง 0.00 - 0.20 | ระดับต่ำมาก |
| ระหว่าง 0.21 - 0.40 | ระดับต่ำ |
| ระหว่าง 0.41 - 0.60 | ระดับปานกลาง |
| ระหว่าง 0.61 - 0.80 | ระดับสูง |
| ระหว่าง 0.81 - 1.00 | ระดับสูงมาก |

**การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราบทความทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาให้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อเป็นการตรวจสอบขอคำแนะนำในการนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมการค้นคว้าอิสระ เพื่อปรับปรุงใหม่ ให้มีความถูกต้องก่อนนำไปใช้

4. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามฉบับร่างที่ปรับปรุงแก้ไขให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามและพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้คะแนน 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม ให้ 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพ แบบสอบถาม และ -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม

เมื่อได้รับการพิจารณา และตรวจสอบแล้วผู้ศึกษาจริงหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนี ความสอดคล้องของ ข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence : IOC) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556, น. 140-147) โดยใช้สูตรดังนี้

สูตรในการคำนวณหาค่า IOC

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชียวชาญ

N = จำนวนผู้เชียวชาญ

เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามพิจารณาจากค่า IOC ถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้และหากต่ำกว่า 0.60 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha (ศิริชัย พงษ์พิชัย, 2556, น. 147) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แสดงในตารางที่ 3.1 และ 3.2

**ตารางที่ 3.2** ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร | ค่าความเชื่อมั่น |
|---|---|
| 1. มิติการทำงาน | 0.872 |
| 2. มิติกลุ่ม | 0.764 |
| 3. มิติบุคคล | 0.790 |
| **ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ** | **0.918** |

**ตารางที่ 3.2** ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

| ความผูกพันต่อองค์กร | ค่าความเชื่อมั่น |
|---|---|
| 1. ด้านจิตใจ | 0.880 |
| 2. ด้านการคงอยู่กับองค์กร | 0.719 |
| 3. ด้านบรรทัดฐาน | 0.823 |
| **ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ** | **0.912** |

## 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ดังนี้

1.1 วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ หนังสือพิมพ์

1.2 ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

1.3 หนังสือทางวิชาการบทความสารนิพนธ์วิทยานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายจำนวน 420 คน ที่เป็นพนักงานทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่นที่เป็นผู้ลงทุน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคบางปะอิน จาก 3 เขต คือ เขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ดังนี้

2.1 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย ในเขตนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน จาก 3 เขต คือ เขตประกอบการค้าเสรี เขตปลอดอากรและเขตอุตสาหกรรมทั่วไปโดยเก็บตัวอย่างตามความสะดวก

2.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

## 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

**การจัดกระทำข้อมูล**

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. ทำการลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วนำมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้หาคุณภาพ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ($\alpha$- Coefficient) ของ Cronbach'sApha โดยค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2538, น.125-126)

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามได้ ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบ ได้แก่เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน กลุ่มบริษัท และสาขาที่สำเร็จการศึกษาที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลเป็นความถี่และร้อยละ

2.2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแสดงผลเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร โดยแสดงผลเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์เชิงสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 ใช้วิธีการทดสอบ t (t - test) ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย เพศ กลุ่มบริษัท ที่มีผลต่อการรับรู้ทั้ง 3 มิติ และที่มีผลต่อความผูกพัน

3.2 ใช้วิธีการทดสอบ F (F - test) ในการเปรียบเทียบระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และสาขาที่สำเร็จการศึกษามีผลต่อการรับรู้ทั้ง 3 มิติ และที่มีผลต่อความผูกพัน

3.3 ใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคลมีขั้นตอนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์-บัญชา, 2555, น. 176-178)

3.2.1 สร้างสมการแสดงความสัมพันธ์

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots + \beta_n X_n + e$$

สมการในรูปของประชากร

ความผูกพันต่อองค์กร (LO) $= \beta_0 +$ เพศ $\beta_1 +$ ระดับการศึกษา 1 $\beta_2 +$ ระดับการศึกษา 2 $\beta_3 +$ ระดับรายได้ 1 $\beta_4 +$ ระดับรายได้ 2 $\beta_5 +$ ระดับรายได้ 3 $\beta_6 +$ ระดับรายได้ 4 $\beta_7 +$ อายุงาน 1 $\beta_8 +$ อายุงาน 2 $\beta_9 +$ อายุงาน 3 $\beta_{10} +$ อายุงาน 4 $\beta_{11} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 1 $\beta_{12} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 2 $\beta_{13} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 3 $\beta_{14} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 4 $\beta_{15} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน $\beta_{16} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม $\beta_{17} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคล $\beta_{18} + e$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันต่อองค์กร $\widehat{(LO)} = a +$ เพศ $b_1 +$ ระดับการศึกษา 1 $b_2 +$ ระดับการศึกษา 2 $b_3 +$ ระดับรายได้ 1 $b_4 +$ ระดับรายได้ 2 $b_5 +$ ระดับรายได้ 3 $b_6 +$ ระดับรายได้ 4 $b_7 +$ อายุงาน 1 $b_8 +$ อายุงาน 2 $b_9 +$ อายุงาน 3 $b_{10} +$ อายุงาน 4 $b_{11} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 1 $b_{12} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 2 $b_{13} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 3 $b_{14} +$ สาขาที่สำเร็จการศึกษา 4 $b_{15} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน $b_{16} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม $b_{17} +$ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคล $b_{18}$

โดยที่

$\beta_0$ = ค่าคงที่ของสมการ (Constant)

$\beta_1, \beta_2, \ldots, \beta_n$ = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรอิสระที่ 1, 2, 3, … จนถึงตัวแปรอิสระที่ n

e = ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error)

| | | | |
|---|---|---|---|
| เพศ | = | 0 | ชาย |
| | = | 1 | หญิง |
| ระดับการศึกษา 1 | = | 1 | คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| ระดับการศึกษา 2 | = | 1 | คือ ปริญญาตรี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| ระดับรายได้ 1 | = | 1 | คือ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| ระดับรายได้ 2 | = | 1 | คือ มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| ระดับรายได้ 3 | = | 1 | คือ มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| ระดับรายได้ 4 | = | 1 | คือ มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| อายุงาน1 | = | 1 | คือ น้อยกว่า 1 ปี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| อายุงาน 2 | = | 1 | คือ มีอายุงาน 1 - 3 ปี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| อายุงาน 3 | = | 1 | คือ มีอายุงาน 4 - 6 ปี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |

| | | | |
|---|---|---|---|
| อายุงาน 4 | = | 1 | คือ มีอายุงาน 7 - 10 ปี |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| สาขาที่สำเร็จการศึกษา 1 | = | 1 | คือ สาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| สาขาที่สำเร็จการศึกษา 2 | = | 1 | คือ มีสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| สาขาที่สำเร็จการศึกษา 3 | = | 1 | คือ มีสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ |
| | = | 0 | กรณีอื่น |
| สาขาที่สำเร็จการศึกษา 4 | = | 1 | คือ มีสาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ |
| | = | 0 | กรณีอื่น |

3.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (1–WAY ANOVA) ใช้สถิติทดสอบF

$$F = \frac{MSRegression}{MSError} = \frac{MSRegression}{MSResidual}$$

3.2.3 ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัว โดยทำการทดสอบสมมติฐาน k ครั้ง ใช้สถิติทดสอบ t

$$t = \frac{b_i - 0}{SE(b_i)}$$

$SE(b_i)$ = ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ $b_i$

2.2.4 ศึกษาระดับความสัมพันธ์ ใช้ $R^2$ หรือ Adjusted $R^2$ หาระดับความสัมพันธ์โดยที่

$$R^2 = \frac{SSRegression}{SS\ Total}$$ และ $0 \leq R^2 \geq 1$

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 + \frac{(n-1)\ R^2}{n-k-1}$$

# บทที่ 4
# ผลการวิเคราะห์

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่าง และทำการคัดเลือกเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 420 ชุด โดยได้ทำการศึกษาและกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

**สัญลักษณ์และอักษรอยู่ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ไว้ในการแปลความหมาย ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| n | แทน | จำนวนตัวอย่าง |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย |
| SD | แทน | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| t | แทน | ค่าสถิติใช้พิจารณาใน t-test |
| F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-test |
| Sig. | แทน | ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ |
| $b_0$ | แทน | ค่าคงที่ของสมการการถดถอยในรูปของสมการตัวอย่าง |
| Y | แทน | ค่าประมาณหรือพยากรณ์ของตัวแปร |
| $\beta_0$ | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน |
| R | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ |
| R Square: $R^2$ | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ |
| Adjusted $R^2$ | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว |
| * | แทน | มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 |
| ** | แทน | มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 |

## 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะดำเนินการวิเคราะห์ผลข้อมูล ตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะทั่วไปของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มบริษัยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น

ส่วนที่ 4 : ผลการทดสอบสมมติฐาน

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะทั่วไปของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น**

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ลักษณะทั่วไป | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | | จำนวนทั้งหมด | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| **1. เพศ** | | | | | | |
| 1.1 ชาย | 156 | 74.3 | 138 | 65.7 | 294 | 70.0 |
| 1.2 หญิง | 54 | 25.7 | 72 | 34.3 | 126 | 30.0 |
| **รวม** | **210** | **100.0** | **210** | **100.0** | **420** | **100.0** |
| **2. ระดับการศึกษา** | | | | | | |
| 2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี | 82 | 39.2 | 74 | 35.2 | 156 | 37.1 |
| 2.2 ปริญญาตรี | 80 | 38.1 | 98 | 46.7 | 178 | 42.4 |
| 2.3 สูงกว่าปริญญาตรี | 48 | 22.9 | 38 | 18.1 | 86 | 20.5 |
| **รวม** | **210** | **100.0** | **210** | **100.0** | **420** | **100.0** |

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

| ลักษณะทั่วไป | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | | จำนวนทั้งหมด | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| **3. ระดับรายได้** | | | | | | |
| 3.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท | 36 | 17.1 | 22 | 10.5 | 58 | 13.8 |
| 3.2 15,001 - 20,000 บาท | 38 | 18.1 | 57 | 27.1 | 95 | 22.6 |
| 3.3 20,001 - 25,000 บาท | 42 | 20.2 | 64 | 30.5 | 106 | 25.2 |
| 3.4 25,001 - 30,000 บาท | 35 | 16.7 | 25 | 11.9 | 60 | 14.3 |
| 3.5 30,000 บาทขึ้นไป | 59 | 28.1 | 42 | 20.0 | 101 | 24.0 |
| **รวม** | **210** | **100.0** | **210** | **100.0** | **420** | **100.0** |
| **4. อายุงาน** | | | | | | |
| 4.1 น้อยกว่า 1 ปี | - | - | - | - | - | - |
| 4.2 1 - 3 ปี | 64 | 30.5 | 70 | 33.3 | 134 | 31.9 |
| 4.3 4 - 6 ปี | 77 | 36.7 | 86 | 41.0 | 163 | 38.8 |
| 4.4 7 - 10 □□ | 22 | 10.5 | 16 | 7.6 | 38 | 9.0 |
| 4.5 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป | 47 | 22.4 | 38 | 18.1 | 85 | 20.2 |
| **รวม** | **210** | **100.0** | **210** | **100.0** | **420** | **100.0** |
| **5. สาขาที่จบการศึกษา** | | | | | | |
| 5.1 □□□□

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

| ลักษณะทั่วไป | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | | จำนวนทั้งหมด | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 5.3 [illegible] | 64 | 30.5 | 62 | 29.5 | 126 | 30.0 |
| 5.4 สาขาอื่น ๆ [illegible] | 5 | 2.4 | 3 | 1.4 | 8 | 1.9 |
| 5.5 สาขาอื่น ๆ [illegible] | 59 | 28.1 | 71 | 33.8 | 130 | 31.0 |
| **รวม** | **210** | **100.0** | **210** | **100.0** | **420** | **100.0** |

[illegible]ตาราง[illegible]ที่ 4.1 [illegible]ลักษณะทั่วไปของพนั[illegible]กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น[illegible]

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มบริษัทยุโ
อเมริกาและญี่ปุ่น เป็นเพศชาย จำนวน 294 [illegible] 70.0 [illegible] 156 [illegible] 74.3 [illegible]บริษัทญี่ปุ่น จำนวน 138 [illegible] 65.7

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ก
บริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 178 [illegible] 42.4 [illegible] 80 [illegible] 38.1 [illegible]บริษัทญี่ปุ่น จำนวน 98 [illegible] 46.7

[illegible] 30,000 บาทขึ้นไป จ[illegible] 59 [illegible] 28.1 [illegible]บริษัทญี่ปุ่น มีระดับรายได้ 20,001 – 25,000 [illegible] 64 [illegible] 30.5

อายุงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้ง[illegible]ยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น มีอายุงาน 4 - 6 [illegible] 163 [illegible] 38.8 [illegible] 77 [illegible] 36.7 [illegible]ยัทญี่ปุ่น จำนวน 86 [illegible] 41.0

สาขาที่สำ[illegible] สาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรือ [illegible] ที่เกี่ยวข้อง [illegible] 72 [illegible] 34.3 [illegible] บริษัทญี่ปุ่น สาขาอื่น ๆ [illegible] 71 [illegible] 33.8

**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น** ดังแสดงในตารางที่ 4.2 - 4.5

**ตารางที่ 4.2** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น [illegible]

| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | แปลความ | $\bar{x}$ | SD | แปลความ |
| 1. [illegible] | 4.20 | 0.48 | [illegible] | 3.98 | 0.32 | [illegible] |
| 2. [illegible] | 3.67 | 0.43 | [illegible] | 3.47 | 0.39 | [illegible] |
| 3. [illegible] | 4.29 | 0.43 | [illegible] ที่สุด | 4.22 | 0.32 | [illegible] ที่สุด |
| **ภาพรวม** | 4.05 | 0.38 | [illegible] | 3.89 | 0.28 | [illegible] |

จากตารางที่ 4.2 [illegible] ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความส[illegible] ทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และมิติกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 [illegible] ที่สุดคือ มิติบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบ [illegible] ของบริษัทญี่ปุ่น โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่[illegible] 3.89 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ มิติการทำงาน

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมิติด้านกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มิติบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 [illegible]

**ตารางที่ 4.3** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้วัฒ[illegible] และญี่ปุ่น [illegible]

| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในมิติการทำงาน | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | แปลความ | $\bar{x}$ | SD | แปลความ |
| 1. [illegible] | 4.41 | 0.70 | [illegible] ที่สุด | 4.20 | 0.57 | [illegible] |
| 2. [illegible] | 4.33 | 0.66 | [illegible] ที่สุด | 4.00 | 0.47 | [illegible] |
| 3. [illegible] | 4.40 | 0.69 | [illegible] ที่สุด | 4.10 | 0.48 | [illegible] |
| 4. ท่านคิดว่าแม้งานที่ง่ายที่สุดก็ควรทำอย่างดีที่สุด | 4.15 | 0.62 | [illegible] | 3.97 | 0.44 | [illegible] |
| 5. [illegible] จำเป็นที่จะนำไปสู่ค[illegible] | 4.13 | 0.62 | [illegible] | 4.00 | 0.44 | [illegible] |
| 6. ท่านคิดว่าคนที่ทำงานหนักเท่านั้นจึงร[illegible] | 3.74 | 0.55 | [illegible] | 3.58 | 0.60 | [illegible] |
| **ภาพรวม** | **4.20** | **0.48** | **มาก** | **3.98** | **0.32** | **มาก** |

[illegible]จากตารางที่ 4.3 [illegible] มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 3 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 [illegible] 3 [illegible]

แม้งานที่ง่ายที่สุดก็ควรทำอย่างดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความจำเป็นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 คนที่ทำงานหนักเท่านั้นจึงจะประสบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของ ญี่ปุ่นในมิติการทำงาน ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 แม้งานที่ง่ายที่สุดก็ควรทำอย่างดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 กฎระเบียบข้อบังคับในการทำงานมีความจำเป็นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ที่ทำงานหนักเท่านั้นจึงจะประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร และญี่ปุ่น

| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในมิติกลุ่ม | | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | $\bar{x}$ | SD | แปลความ | $\bar{x}$ | SD | แปลความ |
| 1. การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการ | 4.57 | 4.57 | 0.60 | ที่สุด | 4.45 | 0.54 | ที่สุด |
| 2. การตัดสินใจในการทำงานขั้นสุดท้าย | | 3.96 | 0.45 | | 3.99 | 0.44 | |
| 3. ใหญ่เป็นเรื่องที่ดี | | 4.04 | 0.58 | | 4.15 | 0.55 | |
| 4. | | 2.85 | 0.61 | | 2.78 | 0.57 | |

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร
[illegible] และญี่ปุ่น
[illegible]

| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในมิติกลุ่ม | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | แปลความ | $\bar{x}$ | SD | แปลความ |
| 5. [illegible] | 2.80 | 0.57 | [illegible] | 2.60 | 0.61 | [illegible] |
| 6. สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันอย่างทุ่มเทเพื่อ [illegible] | 3.82 | 1.31 | [illegible] | 2.88 | 1.25 | [illegible] |
| **ภาพรวม** | **3.67** | **0.43** | **มาก** | **3.47** | **0.39** | **มาก** |

[illegible] จากตารางที่ 4.4 [illegible] โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 1 [illegible] การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 [illegible] 3 [illegible] การตัดสินใจในการทำงานขั้นสุดท้ายเป็นไปตามความคิดเห็นของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การปฏิบัติงานตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 [illegible] สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันอย่างทุ่มเทเพื่อสร้างผลงานแก่องค์ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 [illegible] 2 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของ [illegible] ญี่ปุ่น ในมิติกลุ่ม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย [illegible] 3.47 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 1 [illegible] ทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 [illegible] 2 [illegible] การตัดสินใจในการทำงานขั้นสุดท้ายเป็นไปตามความคิดเห็นของกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 [illegible] งานตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 [illegible] 2 [illegible]

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 □□□สมาชิกในองค์กรท่านร่วมกันอย่างทุ่มเทเพื่อสร้างผลงานแก่องค์
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 □□□□

□□□

ตารางที่ 4.6 [illegible] โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย [illegible] 3.35 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่าง[illegible] 2 ด้าน [illegible] จิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และด้านบรรทัดฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 [illegible] ระดับน้อย คือ ด้านการคงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของความผูกพันต่อ[illegible] [illegible] ของบริษัทญี่ปุ่น โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ย [illegible] 3.83 และด้านบรรทัดฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่[illegible] 3.50 [illegible] ด้านการคงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 [illegible]

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น ด้[illegible]

| ความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | แปลความ | $\bar{X}$ | SD | แปลความ |
| 1. ท่านมีความพอใจที่จะใช้ชีวิตการทำงานที่ [illegible] องค์กรนี้ตลอดไป | 3.74 | 0.62 | [illegible] | 3.63 | 0.72 | [illegible] |
| 2. ท่านชอบพูดคุยถึงองค์กรในด้าน[illegible] [illegible] | 3.66 | 0.59 | [illegible] | 3.56 | 0.55 | [illegible] |
| 3. [illegible] นี้ คือปัญหาของท่าน | 3.81 | 0.82 | [illegible] | 3.33 | 0.64 | [illegible] |
| 4. [illegible] อื่นได้เท่ากับองค์กรนี้ | 4.22 | 0.81 | [illegible] ที่สุด | 3.88 | 0.60 | [illegible] |

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น [illegible] (ต่อ)

| ความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | แปลความ | $\bar{X}$ | SD | แปลความ |
| 5. [illegible] "เป็นส่วนหนึ่งในครอบครัว" ขององค์กรนี้ | 4.38 | 0.63 | [illegible] ที่สุด | 4.05 | 0.47 | [illegible] |
| 6. [illegible] "[illegible]" [illegible] องค์กรนี้ | 4.37 | 0.64 | [illegible] ที่สุด | 4.08 | 0.47 | [illegible] |
| 7. องค์กรนี้มีความหมายกับท่านมาก | 4.40 | 0.62 | [illegible] ที่สุด | 4.04 | 0.48 | [illegible] |
| 8. ท่านมีความสุขมากในการทำงานในองค์กรนี้ | 4.08 | 0.59 | [illegible] | 4.02 | 0.47 | [illegible] |
| **ภาพรวม** | **4.08** | **0.50** | **มาก** | **3.83** | **0.36** | **มาก** |

[illegible] ตารางที่ 4.7 [illegible] โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย [illegible] 4.08 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 4 [illegible] ความรู้สึกผูกพันกับองค์กรอื่นได้เท่ากับองค์กรนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เป็นส่วนหนึ่งในครอบครัวขององค์กรนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 [illegible] กับองค์กรนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 [illegible] องค์กรนี้มีความหมายกับท่านมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 [illegible] 4 [illegible] ความพอใจที่จะใช้ชีวิตการทำงานที่องค์กรนี้ตลอดไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 [illegible] สึกว่าปัญหาต่างๆขององค์กรนี้ คือ [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 [illegible] มีความสุขมากในการทำงานในองค์กรนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของความผูกพันต่อ [illegible] บริษัทญี่ปุ่น โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อ [illegible] 7 [illegible] มีความพอใจที่จะใช้ชีวิต

การทำงานที่องค์กรนี้ตลอดไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความรู้สึกผูกพันกับองค์กรอื่นได้เท่ากับองค์กรนี้ มีค่าเฉลี่ย [illegible] 3.88 เป็นส่วนหนึ่งในครอบครัวขององค์กรนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 [illegible] กับองค์กรนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 [illegible] องค์กรนี้มีความหมายกับท่านมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 [illegible] มีความสุขมากในการทำงานในองค์กรนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 [illegible] 1 [illegible] ขององค์กรนี้คือ [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 [illegible]

**ตารางที่ 4.8** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น [illegible]

| ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | แปลความ | $\bar{X}$ | SD | แปลความ |
| 1. ท่านยังทำงานอยู่ในองค์กรนี้ เนื่องจากความจำเป็น [illegible] | 2.82 | 0.93 | [illegible] | 3.39 | 0.71 | [illegible] |
| 2. การลาออกจากองค์กรในตอนนี้ เป็นเรื่องยากสำหรับ [illegible] | 2.81 | 0.88 | [illegible] | 3.38 | 0.70 | [illegible] |
| 3. หลายสิ่งหลายอย่างในชีวิตท่านจะรุ่นวาย หากท่าน ตัดสินใจที่จะลาออกตอนนี้ | 2.58 | 0.85 | [illegible] | 3.11 | 0.64 | [illegible] |
| 4. [illegible] องค์กรในตอนนี้ | 2.40 | 0.70 | [illegible] | 2.80 | 0.60 | [illegible] |
| 5. หากท่านคิดลาออกจากองค์กรนี้ท่านรู้สึก [illegible] | 2.17 | 0.56 | [illegible] | 2.28 | 0.50 | [illegible] |
| 6. ท่านไม่กลัวถ้าหากท่านจะลาออก โดยที่ยังไม่มีงาน อื่นรออยู่ | 2.10 | 0.52 | [illegible] | 2.10 | 0.43 | [illegible] |

**ตารางที่ 4.8** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น [illegible] (ต่อ)

| ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | แปลความ | $\bar{X}$ | SD | แปลความ |
| 7. หากท่านลาออกจากองค์กรนี้ สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ การหางานใหม่ที่ยาก | 2.20 | 0.59 | [illegible] | 2.26 | 0.50 | [illegible] |
| 8. เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ท่านยังทำงานในองค์กรนี้ [illegible] ที่องค์กรอื่นอาจไม่สามารถให้ท่านได้มากเท่านี้ | 2.23 | 0.62 | [illegible] | 2.25 | 0.51 | [illegible] |
| **ภาพรวม** | **2.41** | **0.52** | **น้อย** | **2.70** | **0.39** | **ปานกลาง** |

[illegible] รางที่ 4.3 [illegible] ดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย [illegible] 2.41 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง 2 [illegible] ยังทำงานอยู่ในองค์กรนี้ เนื่องจากความจำเป็นและเป็นความต้องการของท่านเท่ [illegible] มีค่าเฉลี่ย [illegible] 2.82 [illegible] การลาออกจากองค์กรในตอนนี้ เป็นเรื่องย [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 [illegible] 6 [illegible] หลายสิ่งหลายอย่างในชีวิตท่านจะวุ่นวาย หากท่านตัดสินใจที่จะลาออกตอนนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 [illegible] หากท่านจะลาออกจากองค์กรในตอนนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 หากคิดลาออกจากองค์กรนี้รู้สึกว่ามี [illegible] มีค่าเฉลี่ย 2.17 ไม่กลัวถ้าหากท่านจะลาออก โดยที่ยังไม่มีงานอื่นรออยู่มีค่าเฉลี่ย [illegible] 2.10 [illegible] ลาออกจากองค์กรนี้ สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ การหางานใหม่ที่ยากมีค่าเฉลี่ย [illegible] 2.20 เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ยังทำงานในองค์กรนี้ คือถ้าหา [illegible] ผลประโยชน์ที่องค์กรอื่นอาจไม่สามารถให้ได้มากเท่านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของความผูกพันต่อ [illegible] บริษัทญี่ปุ่น โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2 [illegible] องค์กรนี้ เนื่องจากความจำเป็นและเป็นความต้องการของท่านเท่า ๆ กันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 [illegible] ลาออกจากองค์กรในตอนนี้ เป็นเรื่องยากสำหรับท่าน ถึงแม้ท่านอยากจะลาออกเพียงไรก็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 [illegible] 2 [illegible] หลายสิ่งหลายอย่างในชีวิตท่าน จะวุ่นวาย หากท่านตัดสินใจที่จะลาออกตอนนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 [illegible] ท่านจะลาออกจากองค์กรในตอนนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 [illegible] 4 [illegible] หากคิดลาออกจากองค์กรนี้รู้สึกว่ามีทางเลือกให้น้อยมีค่าเฉลี่ย 2.28 [illegible] ที่ยังไม่มีงานอื่นรออยู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 [illegible] ลาออกจากองค์กรนี้ สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ การหางานใหม่ที่ยากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ยังทำงานในองค์กรนี้ คือถ้าหาก ลาออกจะรู้สึกสูญเสียผลประโยชน์ที่องค์กรอื่นอาจไม่สามารถให้ได้มากเท่านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 [illegible]

**ตารางที่ 4.9** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [illegible] และญี่ปุ่น [illegible]

| ข้อมูล | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | แปลความ | $\bar{X}$ | SD | แปลความ |
| 1. ท่านรู้สึกว่าไม่ถูกต้องนักที่มีการเปลี่ยนงานบ่อยๆ | 3.76 | 0.90 | [illegible] | 3.61 | 1.09 | [illegible] |
| 2. [illegible] | 3.92 | 0.64 | [illegible] | 3.88 | 0.71 | [illegible] |
| 3. ท่านคิดว่า การลาออกจากงานองค์กรหนึ่งไปทำอีกองค์กรหนึ่ง ไม่ใช่เรื่อง[illegible] | 3.39 | 0.84 | [illegible] | 3.87 | 0.74 | [illegible] |
| 4. เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ท่านยังคงทำงานในองค์กรนี้ต่อไป คือท่านเชื่อว่าความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ | 3.13 | 0.57 | [illegible] | 3.16 | 0.54 | [illegible] |

**ตารางที่ 4.9** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น เกี่ยวกับความ[illegible] และญี่ปุ่น [illegible] (ต่อ)

| ข้อมูล | N = 210 (ยุโรป อเมริกา) | | | N = 210 (ญี่ปุ่น) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | แปลความ | $\bar{x}$ | SD | แปลความ |
| 5. [illegible] ที่จะต้องทำงานในองค์กรนี้ต่อไป | 3.22 | 0.62 | [illegible] | 3.35 | 0.61 | [illegible] |
| 6. ถ้าท่านได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าเดิมเพื่อไปทำงานที่ใหม่ ท่านจะรู้สึกว่าท่านทำไม่ถูกที่จะลาออกจากองค์กรนี้ | 3.33 | 0.77 | [illegible] | 2.82 | 0.59 | [illegible] |
| 7. ท่านถูกสอนมาให้จงรักภักดีต่อองค์กรหนึ่งเพียง[illegible] | 3.67 | 0.57 | [illegible] | 3.53 | 0.53 | [illegible] |
| 8. [illegible] ท่านคิดว่าจะทำให้สิ่งต่าง[illegible]ดีขึ้น | 3.94 | 0.66 | [illegible] | 3.75 | 0.54 | [illegible] |
| **ภาพรวม** | **3.55** | **0.39** | **มาก** | **3.50** | **0.37** | **มาก** |

[illegible]ตารางที่ 4.9 [illegible] โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย[illegible]3.55 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 4 [illegible] ไม่ถูกต้องนักที่มีการเปลี่ยนงานบ่อย ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 [illegible] มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ถูกสอนมาให้จงรักภักดีต่อองค์กรหนึ่งเพียงแห่งเดียว มีค่าเฉลี่ย[illegible]3.67 [illegible]การอยู่กับองค์กรเดียวตลอดชีวิตการทำงานของท่าน ท่านคิดว่าจะทำให้สิ่งต[illegible] ดีขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 [illegible] 4 [illegible] องค์กรหนึ่งไปทำอีกองค์กรหนึ่ง ไม่ใช่เรื่องขาดจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 [illegible] หนึ่งที่ท่านยังคงทำงานในองค์กรนี้ต่อไป คือท่านเชื่อว่าความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ มีค่าเฉลี่ย[illegible]3.13 [illegible]ามรู้สึกว่าจำเป็นในแง่ของศีลธรรมจรรยาที่จะต้องทำงานในองค์กรนี้ต่อไป มีค่าเฉลี่ย[illegible]3.22 และเมื่อได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าเดิมเพื่อไปทำงานที่ใหม่ จะรู้สึกว่าทำไม่ถูกที่จะลาออกจากองค์กรนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 [illegible]

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของความ[illegible]บริษัทญี่ปุ่น โดยรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 5 [illegible] ที่มีการเปลี่ยนงานบ่อย ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 [illegible] ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การลาออกจากงานองค์กรหนึ่งไปทำอีกองค์กรหนึ่ง ไม่ใช่เรื่องขาดจรรยาบรรณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ถูกสอนมาให้จงรักภักดีต่อองค์กรหนึ่งเพียงแห่งเดียวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 [illegible] การอยู่กับองค์กรเดียวตลอดชีวิตการทำงานของท่าน ท่านคิดว่าจะทำให้สิ่ง [illegible] ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย [illegible] 3.75 [illegible] 3 [illegible] เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ท่านยังคงทำงานในองค์กรนี้ต่อไป คือท่านเชื่อว่าความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 [illegible] ว่าจำเป็นในแง่ของศีลธรรมจรรยาที่จะต้องทำงานในองค์กรนี้ต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และเมื่อได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าเดิมเพื่อไปทำงานที่ใหม่ จะรู้สึกว่าทำไม่ถูกที่จะลาออกจากองค์กรนี้ มีค่าเฉลี่ย [illegible] 2.82 [illegible]

**ส่วนที่ 4 : ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วยเพศระดับการศึกษาระดับรายได้อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

**สมมติฐาน 1.1** เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแต[illegible]

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.10** [illegible]

| ความผูกพันต่อองค์กร | เพศ | กลุ่มบริษัท | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ยุโรป อเมริกา | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | ค่าสถิติ | | | | ค่าสถิติ | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | t | Sig. | $\bar{x}$ | SD | t | Sig. |
| [illegible] | [illegible] | 4.15 | 0.50 | 3.570 | **0.001*** | 3.85 | 0.38 | 1.428 | 0.155 |
| | [illegible] | 3.88 | 0.47 | | | 3.78 | 0.31 | | |
| [illegible] | [illegible] | 2.34 | 0.47 | -3.370 | **0.001*** | 2.59 | 0.36 | -5.911 | **0.000*** |
| [illegible] | [illegible] | 2.64 | 0.60 | | | 2.90 | 0.35 | | |

**ตารางที่ 4.10** □□□□

**สมมติฐาน 1.2** □□□□

จากตารางที่ 4.11 [illegible] ความผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าระดับการศึกษาปริญญาตร และต่ำกว่าปริญญาตรี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านจิตใจ (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.004) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ [illegible] 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.12

ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.001) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ญี่ปุ่น มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.12

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ย[illegible]

| ความผูกพันต่อองค์กร | (I) ระดับการศึกษา | (J) ระดับการศึกษา | กลุ่มบริษัท | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | 0.186 | **0.012*** | 0.033 | 0.543 |
| [illegible] | | [illegible] | -0.345 | **0.000*** | -0.219 | **0.002*** |
| | [illegible] | [illegible] | -0.530 | **0.000*** | -0.252 | **0.000*** |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | -0.271 | **0.001*** | -0.122 | **0.029*** |
| [illegible] | | [illegible] | -0.147 | 0.116 | -0.399 | **0.000*** |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | 0.124 | 0.186 | -0.277 | **0.000*** |

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ (□□)

| ความผูกพันต่อองค์กร | (I) ระดับการศึกษา | (J) ระดับการศึกษา | กลุ่มบริษัท | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□ □□□ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | □□□□□□□□ | 0.047 | 0.423 | 0.053 | 0.304 |
| | | □□□□□□□□□□□□□ | -0.292 | **0.000*** | -0.418 | **0.000*** |
| | □□□□□□□□ | □□□□□□□□□□□□□ | -0.339 | **0.000*** | -0.470 | **0.000*** |
| □□□□□□□□□□□ □□□□□ □□ □□□□□□ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | □□□□□□□□ | -0.012 | 0.762 | -0.012 | 0.697 |
| | | □□□□□□□□□□□□□ | -0.261 | **0.000*** | -0.345 | **0.000*** |
| | □□□□□□□□ | □□□□□□□□□□□□□ | -0.248 | **0.000*** | -0.333 | **0.000*** |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา**

จากตารางที่ 4.12 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามระ การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ค □□□□□□องค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระ การศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริ□□□□□□□□□□□□

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.12 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามระ [illegible] มตัวอย่างที่มีระ[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร จ [illegible] พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ[illegible] การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มี [illegible] ในจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี [illegible] ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา [illegible] องค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐาน 1.3** ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน [illegible]

$H_0$ : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระ[illegible] [illegible]

$H_1$ : [illegible] ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่า [illegible]

**ตารางที่ 4.13** □□□□

**ตารางที่ 4.13** □□□□

จากตารางที่ 4.13 [illegible] ผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] [illegible]คล ด้านระดับรายได้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.14

ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ญี่ปุ่น มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับรายได้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 [illegible]นั้น จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.14

**ตารางที่ 4.14** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่

| ความผูกพันต่อองค์กร | (I) รายได้ | (J) รายได้ | กลุ่มบริษัท | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 15,001 - 20,000 [illegible] | 0.536 | **0.000*** | 0.257 | **0.001*** |
| | | 20,001 - 25,000 [illegible] | 0.581 | **0.000*** | 0.081 | 0.302 |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | 0.120 | 0.248 | -0.272 | **0.004*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.000 | 0.997 | -0.145 | 0.082 |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 20,001 - 25,000 [illegible] | 0.044 | 0.648 | -0.176 | **0.002*** |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.147 | **0.000*** | -0.529 | **0.000*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.536 | **0.000*** | -0.402 | **0.000*** |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.461 | **0.000*** | -0.353 | **0.000*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.580 | **0.000*** | -0.226 | **0.000*** |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.119 | 0.200 | 0.127 | 0.112 |

**ตารางที่ 4.14** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่ (□□)

| ความผูกพันต่อองค์กร | (I) รายได้ | (J) รายได้ | กลุ่มบริษัท | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ | ต่ำกว่า 15,000 □□□ | 15,001 - 20,000 □□□ | -0.647 | **0.000*** | -0.158 | 0.063 |
| | | 20,001 - 25,000 □□□ | -0.686 | **0.000*** | 0.050 | 0.544 |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.227 | **0.038*** | 0.301 | **0.002*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.608 | **0.000*** | -0.346 | **0.000*** |
| | 15,001 - 20,000 □□□ | 20,001 - 25,000 □□□ | -0.038 | 0.710 | 0.208 | **0.001*** |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | 0.420 | **0.000*** | 0.459 | **0.000*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.039 | 0.680 | -0.188 | **0.006*** |
| | 20,001 - 25,000 □□□ | 25,001 - 30,000 □□□ | 0.458 | **0.000*** | 0.301 | **0.002*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.078 | 0.402 | -0.346 | **0.000*** |
| | 25,001 - 30,000 □□□ | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.381 | **0.000*** | -0.188 | **0.006*** |
| □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□ | ต่ำกว่า 15,000 □□□ | 15,001 - 20,000 □□□ | 0.176 | 0.033 | 0.339 | **0.000*** |
| | | 20,001 - 25,000 □□□ | -0.049 | 0.546 | 0.084 | 0.269 |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.010 | 0.906 | 0.078 | 0.388 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.335 | **0.000*** | -0.298 | **0.000*** |
| | 15,001 - 20,000 □□□ | 20,001 - 25,000 □□□ | -0.225 | **0.005*** | -0.255 | **0.000*** |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.186 | **0.026*** | -0.261 | **0.000*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.511 | **0.000*** | -0.636 | **0.000*** |
| | 20,001 - 25,000 □□□ | 25,001 - 30,000 □□□ | 0.039 | 0.633 | -0.006 | 0.929 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.286 | **0.000*** | -0.382 | **0.000*** |
| | 25,001 - 30,000 □□□ | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.325 | **0.000*** | -0.375 | **0.000*** |

**ตารางที่ 4.14** ค่าเฉลี่ย[illegible] (I-J)

| ความผูกพันต่อองค์กร | (I) รายได้ | (J) รายได้ | กลุ่มบริษัท | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ยุโรป อเมริกา | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 บาท | 15,001 - 20,000 บาท | 0.022 | 0.715 | 0.146 | **0.003*** |
| | | 20,001 - 25,000 บาท | -0.051 | 0.381 | 0.072 | 0.140 |
| | | 25,001 - 30,000 บาท | -0.039 | 0.520 | 0.036 | 0.535 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.314 | **0.000*** | -0.263 | **0.000*** |
| | 15,001 - 20,000 บาท | 20,001 - 25,000 บาท | -0.073 | 0.205 | -0.074 | **0.038*** |
| | | 25,001 - 30,000 บาท | -0.061 | 0.311 | -0.111 | **0.020*** |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.336 | **0.000*** | -0.409 | **0.000*** |
| | 20,001 - 25,000 บาท | 25,001 - 30,000 บาท | 0.012 | 0.839 | -0.036 | 0.436 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.263 | **0.000*** | -0.334 | **0.000*** |
| | 25,001 - 30,000 บาท | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.275 | **0.000*** | -0.298 | **0.000*** |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา**

จากตารางที่ 4.14 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] างที่มีระดับรายได้ 25,001- 30,000 [illegible] 30,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้าน[illegible] พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ [illegible] 0.05 [illegible] 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible]

[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป [illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามระดับรายได้ พบ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับราย[illegible]ต่ำกว่า 15,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] ทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระด[illegible] 30,000 บาทขึ้นไ[illegible] มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.14 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 [illegible] ตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] ตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มี[illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] ผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับราย[illegible] 15,001 - 20,000 [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] [illegible] 30,000 บาทขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ [illegible] 20,001 - 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร จำแนกตามระดับรายไ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] [illegible] ต่ำกว่า 15,000 [illegible] 15,001 - 20,000 [illegible]

20,001 - 25,000 □□□ □□□□□□□□□□□□□□□25,001 - 30,000 □□□ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 □□□ □□□□□□□□□□□□□□□

ตารางที่ 4.15 [illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | [illegible] 1 [illegible] | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 [illegible] | 3.98 | 0.50 | 6.818 | 0.000* | 3.68 | 0.33 | 32.251 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 3.99 | 0.48 | | | 3.75 | 0.25 | | |
| | 7 - 10 [illegible] | 4.16 | 0.52 | | | 4.40 | 0.30 | | |
| | [illegible] 10 ปี ขึ้นไป | 4.35 | 0.44 | | | 4.02 | 0.34 | | |
| | [illegible] | 4.08 | 0.50 | | | 3.83 | 0.36 | | |
| [illegible] | [illegible] 1 [illegible] | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 [illegible] | 2.30 | 0.53 | 2.210 | 0.088 | 2.78 | 0.34 | 29.862 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 2.40 | 0.42 | | | 2.63 | 0.26 | | |
| | 7 - 10 [illegible] | 2.53 | 0.60 | | | 2.09 | 0.26 | | |
| | [illegible] 10 ปี ขึ้นไป | 2.53 | 0.60 | | | 2.87 | 0.44 | | |
| | [illegible] | 2.41 | 0.52 | | | 2.70 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.15 [illegible] (ต่อ)

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | [illegible] 1 [illegible] | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 [illegible] | 3.33 | 0.40 | 17.883 | 0.000* | 3.34 | 0.39 | 21.766 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 3.53 | 0.42 | | | 3.44 | 0.35 | | |
| | 7 - 10 [illegible] | 3.70 | 0.30 | | | 3.56 | 0.27 | | |
| | [illegible] 10 ปี ขึ้นไป | 3.80 | 0.09 | | | 3.86 | 0.08 | | |
| | [illegible] | 3.55 | 0.39 | | | 3.50 | 0.37 | | |
| [illegible] | [illegible] 1 [illegible] | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 [illegible] | 3.20 | 0.31 | 20.068 | 0.000* | 3.27 | 0.28 | 29.058 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 3.30 | 0.27 | | | 3.27 | 0.16 | | |
| | 7 - 10 [illegible] | 3.46 | 0.27 | | | 3.35 | 0.20 | | |
| | [illegible] 10 ปี ขึ้นไป | 3.56 | 0.09 | | | 3.62 | 0.08 | | |
| | [illegible] | 3.35 | 0.29 | | | 3.34 | 0.24 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 [illegible] ผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.16

ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่าพนักงานของญี่ปุ่น [illegible] [illegible] [illegible]

**ตารางที่ 4.16** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามอายุงาน เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | [illegible] | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | -0.093 | 0.290 | 0.149 | 0.005* |
| [illegible] | | 7 - 10 [illegible] | -0.229 | 0.075 | 0.681 | 0.000* |
| [illegible] | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.230 | 0.022 | -0.192 | 0.004* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.136 | 0.278 | 0.532 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.137 | 0.156 | -0.341 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.000 | 0.997 | -0.873 | 0.000* |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | -0.198 | 0.001* | -0.102 | 0.055 |
| [illegible] | | 7 - 10 [illegible] | -0.371 | 0.000* | -0.220 | 0.017* |
| [illegible] | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.475 | 0.000* | -0.519 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0173 | 0.044* | -0.118 | 0.189 |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.277 | 0.000* | -0.417 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.104 | 0.254 | -0.299 | 0.002* |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | -0.100 | 0.022* | -0.008 | 0.816 |
| [illegible] | | 7 - 10 [illegible] | -0.260 | 0.000* | -0.085 | 0.134 |
| [illegible] | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.357 | 0.000* | -0.350 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.160 | 0.010* | -0.078 | 0.165 |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.258 | 0.000* | -0.342 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.097 | 0.142 | -0.264 | 0.000* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี และ 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี และ 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี และ 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.16 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี และ 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านจิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี 4 - 6 ปี และ 7 - 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี และ 7 - 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ [illegible] 4 - 6 [illegible] 7 - 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 [illegible] 4 – 6 [illegible] 7 - 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[illegible] 1.5 สาขาที่สำ[illegible]ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์ก[illegible]

$H_0$ : สาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน [illegible]

$H_1$ : สาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน [illegible]

□□รางที่ 4.17 □□□□

ตารางที่ 4.17 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา กับ[illegible] (ต่อ)

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จก[illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 2.74 | 0.38 | 7.410 | 0.000* | 2.54 | 0.49 | 3.770 | 0.006* |
| | - [illegible] [illegible]อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 2.21 | 0.47 | | | 2.58 | 0.25 | | |
| | - [illegible] | 2.62 | 0.51 | | | 2.81 | 048 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | 2.10 | 0.16 | | | 2.67 | 0.14 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | 2.40 | 0.53 | | | 2.74 | 0.32 | | |
| | [illegible] | 2.41 | 0.52 | | | 2.70 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.17 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา กับ[illegible] (ต่อ)

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จก[illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.54 | 0.35 | 1.007 | 0.405 | 3.32 | 0.37 | 2.841 | 0.025* |
| | - [illegible] ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.49 | 0.42 | | | 3.48 | 0.30 | | |
| | - [illegible] | 3.54 | 0.36 | | | 3.45 | 0.44 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 3.75 | 0.22 | | | 3.96 | 0.14 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 3.60 | 0.41 | | | 3.56 | 0.35 | | |
| | [illegible] | 3.55 | 0.39 | | | 3.50 | 0.37 | | |

□□รางที่ 4.17 □□□□

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่สำเร็จการศึกษา กับความผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.012) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับ $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ของกลุ่มบริษัทยุโรป หรือ อเมริกา มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่สำเร็จการศึกษา [illegible] สถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD [illegible] ตารางที่ 4.18

ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (sig. = 0.013) [illegible] (Sig. = 0.006) [illegible] (Sig. = 0.025) ซึ่งน้อยกว่าน[illegible] ที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่าพนักงานของญี่ปุ่น มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่[illegible]การศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.18

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเ[illegible]

| [illegible] | (I) สาขาที่สำ[illegible] | (J) สาขาที่สำเร็จก[illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | -0.384 | 0.022* | -0.058 | 0.556 |
| | | - [illegible] | -0.235 | 0.162 | -0.080 | 0.411 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.663 | 0.015* | -0.285 | 0.208 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.449 | 0.008* | -0.074 | 0.439 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | 0.149 | 0.080 | -0.022 | 0.742 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.278 | 0.223 | -0227 | 0.291 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.645 | 0.454 | -0.016 | 0.802 |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.427 | 0.063 | -0.205 | 0.339 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.214 | 0.017* | 0.006 | 0.928 |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | 0.214 | 0.353 | 0.210 | 0.324 |

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 0.524 | 0.002* | -0.034 | 0.737 |
| | | - [illegible] | 0.114 | 0.496 | -0.267 | 0.009* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.638 | 0.019* | -0.125 | 0.595 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.332 | 0.050 | -0.194 | 0.052 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | -0.410 | 0.000* | -0.232 | 0.001* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.114 | 0.620 | -0.091 | 0.684 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.191 | 0.029* | -0.160 | 0.018* |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.523 | 0.024* | 0.142 | 0.525 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.218 | 0.015* | 0.073 | 0.269 |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.305 | 0.187 | -0.069 | 0.765 |

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 0.046 | 0.728 | -0.165 | 0.099 |
| | | - [illegible] | -0.002 | 0.991 | -0.144 | 0.144 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.213 | 0.325 | -0.639 | 0.006* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.066 | 0.623 | -0.237 | 0.015 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | -0.048 | 0.481 | 0.021 | 0.761 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.259 | 0.157 | -0.474 | 0.031* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.112 | 0.105 | -0.072 | 0.274 |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.211 | 0.250 | -0495 | 0.024* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.065 | 0.363 | -0.093 | 0.148 |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.146 | 0.426 | 0.402 | 0.065 |



101

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 0.062 | 0.520 | -0.086 | 0.185 |
| | | - [illegible] | -0.041 | 0.675 | -0.164 | 0.011* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.079 | 0.613 | -0.350 | 0.019* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.061 | 0.534 | -0.168 | 0.008* |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | -0.103 | 0.037* | -0.008 | 0.077 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0141 | 0.286 | -0.264 | 0.062 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0123 | 0.015* | -0.083 | 0.053 |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.038 | 0.772 | -0.186 | 0.187 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.020 | 0.698 | -0.005 | 0.908 |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.0183 | 0.890 | 0.181 | 0.197 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้าน ตใจ จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาข ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ที่เกี่ยวข้อง สาขาอื่น ๆ ทาง อื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสา บัญชีหรืออื่น ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จ สาขาอื่น ๆ จิตใจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขา ทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จสาขา ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ที่เกี่ยวข้องมีค ตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จกา ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและสาขาอื่น ๆ ท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการและสาขาอื่น ตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาสาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ และสาข วิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อ สาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จส อื่น ๆ ที่มีสาขาที่สำเร็จก าขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง ห ที่เกี่ยวข้อง

**ริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.18 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาอื่น ๆ มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่กับองค์กรมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาอื่น ๆ มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร ในภาพรวม จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการสาขาอื่น ๆ มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ป□□□

งบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.004) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน $H_1$ ปฏิเสธ $H_0$ ที่ตั้งไว้ แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการสื่อสารขององค์กร (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน $H_1$ ปฏิเสธ $H_0$ ที่ตั้งไว้ แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรแตกต่างกัน

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 [illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า ป[illegible] | 4.08 | 0.45 | 18.339 | 0.000* | 3.88 | 0.25 | 18.528 | 0.000* |
| | [illegible] | 4.11 | 0.47 | | | 3.98 | 0.32 | | |
| | [illegible] | 4.53 | 0.35 | | | 4.23 | 0.29 | | |
| | [illegible] | 4.19 | 0.48 | | | 3.98 | 0.32 | | |
| [illegible] | ต่ำกว่า ป[illegible] | 3.59 | 0.43 | 6.834 | 0.001* | 3.34 | 0.29 | 66.168 | 0.000* |
| | [illegible] | 3.65 | 0.41 | | | 3.38 | 0.34 | | |
| | [illegible] | 3.56 | 0.38 | | | 3.98 | 0.22 | | |
| | [illegible] | 3.67 | 0.43 | | | 3.47 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.20 [illegible] (ต่อ)

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า ป[illegible] | 4.32 | 0.42 | 5.230 | 0.006* | 4.2 | 0.28 | 11.796 | 0.000* |
| | [illegible] | 4.18 | 0.46 | | | 4.14 | 0.35 | | |
| | [illegible] | 4.42 | 0.37 | | | 4.43 | 0.24 | | |
| | [illegible] | 4.29 | 0.43 | | | 4.22 | 0.32 | | |
| [illegible] | ต่ำกว่า ป[illegible] | 3.99 | 0.38 | 11.009 | 0.000* | 3.81 | 0.20 | 45.359 | 0.000* |
| | [illegible] | 3.98 | 0.39 | | | 3.82 | 0.27 | | |
| | [illegible] | 4.27 | 0.29 | | | 4.21 | 0.18 | | |
| | [illegible] | 4.05 | 0.38 | | | 3.89 | 0.27 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 [illegible] ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.001) [illegible] (Sig. = 0.006) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ [illegible] LSD ดังตารางที่ 4.21

[illegible] ของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ญี่ปุ่น มี[illegible] แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ [illegible] LSD ดังตารางที่ 4.21

**ตารางที่ 4.21** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบก[illegible]

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | -0.039 | 0.570 | -0.070 | 0.125 |
| | | [illegible] | -0.456 | 0.000* | -0.352 | 0.000* |
| | [illegible] | [illegible] | -0.417 | 0.000* | -0.282 | 0.000* |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | -0.058 | 0.372 | -0.036 | 0.443 |
| | | [illegible] | -0.274 | 0.000* | -0.642 | 0.000* |
| | [illegible] | [illegible] | -0.215 | 0.005* | -0.607 | 0.000* |

**ตารางที่ 4.21** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | 0.146 | 0.029* | 0.066 | 0.164 |
| | | [illegible] | -0.094 | 0.226 | -0.218 | 0.000* |
| | [illegible] | [illegible] | -0.240 | 0.002* | -0.284 | 0.000* |
| [illegible] | ต่ำกว่าปริญญาตรี | [illegible] | 0.016 | 0.780 | -0.013 | 0.712 |
| | | [illegible] | -0.274 | 0.000* | -0.404 | 0.000* |
| | [illegible] | [illegible] | -0.291 | 0.000* | -0.391 | 0.000* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[illegible]

จากตารางที่ 4.21 เมื่อเปรียบเทียบกา[illegible] [illegible] [illegible] [

เมื่อเปรียบเทียบ[illegible]กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำ[illegible]ปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.21 เมื่อเปรียบเทียบกา[illegible] จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึก[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าป[illegible]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[illegible] 2.3 ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระ[illegible]

$H_0$ : [illegible]ที่แตกต่างกัน มี[illegible]

$H_1$ : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มี[illegible]

ตารางที่ 4.22 [illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 4.24 | 0.52 | 23.783 | 0.000* | 3.8 | 0.14 | 20.298 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 4.04 | 0.32 | | | 3.9 | 0.29 | | |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 3.81 | 0.30 | | | 3.83 | 0.12 | | |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 4.18 | 0.53 | | | 4.11 | 0.45 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 4.56 | 0.32 | | | 4.27 | 0.30 | | |
| | [illegible] | 4.19 | 0.48 | | | 3.98 | 0.32 | | |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 3.87 | 0.34 | 34.175 | 0.000* | 3.23 | 0.17 | 60.091 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 3.52 | 0.39 | | | 3.38 | 0.30 | | |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 3.20 | 0.18 | | | 3.23 | 0.17 | | |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 3.88 | 0.32 | | | 3.67 | 0.45 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 3.86 | 0.38 | | | 3.97 | 0.23 | | |
| | [illegible] | 3.67 | 0.43 | | | 3.47 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.22 [illegible] (ต่อ)

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 4.43 | 0.43 | 8.018 | 0.000* | 4.27 | 0.19 | 19.251 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 4.00 | 0.46 | | | 3.96 | 0.32 | | |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 4.19 | 0.36 | | | 4.24 | 0.22 | | |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 4.36 | 0.43 | | | 4.35 | 0.39 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 4.12 | 0.36 | | | 4.42 | 0.2 | | |
| | [illegible] | 4.29 | 0.43 | | | 4.22 | 0.32 | | |
| [illegible] [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 4.18 | 0.40 | 23.235 | 0.000* | 3.77 | 0.07 | 42.804 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 3.85 | 0.34 | | | 3.76 | 0.23 | | |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 3.73 | 0.20 | | | 3.77 | 0.10 | | |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 4.14 | 0.39 | | | 4.04 | 0.39 | | |
| | 30,000 บาทขึ้นไป | 4.28 | 0.28 | | | 4.22 | 0.19 | | |
| | [illegible] | 4.05 | 0.38 | | | 3.89 | 0.28 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 [illegible] ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD [illegible] ตารางที่ 4.23

[illegible]องค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่าพนักงานของบริษัทญี่ปุ่น [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามระดับรายได้ เป็นรายคู่

| □□□□□□□□ | (I) □□□□□□ | (J) □□□□□□ | □□□□□□□□ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| □□□□□□□□ | | | □□□□ □□□□□ | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| □□□□□□□□□□ | ต่ำกว่า 15,000 □□□ | 15,001 - 20,000 □□□ | 0.201 | 0.031* | -0.136 | 0.049* |
| | | 20,001 - 25,000 □□□ | 0.427 | 0.000* | -0.028 | 0.682 |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | 0.060 | 0.523 | -0.304 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.320 | 0.000* | -0.463 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 □□□ | 20,001 - 25,000 □□□ | 0.226 | 0.012* | 0.108 | 0.031* |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.141 | 0.131 | -0.168 | 0.011* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.521 | 0.000* | -0.327 | 0.000* |
| | 20,001 - 25,000 □□□ | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.367 | 0.000* | -0.276 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.747 | 0.000* | -0.435 | 0.000* |
| | 25,001 - 30,000 □□□ | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.380 | 0.000* | -0.159 | 0.022* |
| □□□□□□ | ต่ำกว่า 15,000 □□□ | 15,001 - 20,000 □□□ | 0.348 | 0.000* | -0.148 | 0.026* |
| | | 20,001 - 25,000 □□□ | 0.663 | 0.000* | 0.003 | 0.962 |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.015 | 0.848 | -0.438 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.001 | 0.985 | -0.733 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 □□□ | 20,001 - 25,000 □□□ | 0.315 | 0.000* | 0.151 | 0.002* |
| | | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.363 | 0.000* | -0.290 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.347 | 0.000* | -0.585 | 0.000* |
| | 20,001 - 25,000 □□□ | 25,001 - 30,000 □□□ | -0.679 | 0.000* | -0.442 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.662 | 0.000* | -0.736 | 0.000* |
| | 25,001 - 30,000 □□□ | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.017 | 0.817 | -0.295 | 0.000* |

**ตารางที่ 4.23** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามระดับรายได้ เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| [illegible] | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 15,001 - 20,000 [illegible] | 0.422 | 0.000* | 0.303 | 0.000* |
| | | 20,001 - 25,000 [illegible] | 0.235 | 0.011* | 0.026 | 0.710 |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | 0.064 | 0.507 | -0.088 | 0.278 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | 0.011 | 0.901 | -0.151 | 0.039* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 20,001 - 25,000 [illegible] | -0.186 | 0.042* | -0.278 | 0.000* |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.358 | 0.000* | -0.391 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.411 | 0.000* | -0.455 | 0.000* |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.171 | 0.067 | -0.114 | 0.084 |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.225 | 0.007* | -0.177 | 0.002* |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.053 | 0.539 | -0.063 | 0.367 |
| [illegible] | ต่ำกว่า 15,000 [illegible] | 15,001 - 20,000 [illegible] | 0.324 | 0.000* | 0.006 | 0.901 |
| [illegible] | | 20,001 - 25,000 [illegible] | 0.442 | 0.000* | 0.000 | 0.995 |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | 0.036 | 0.635 | -0.277 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.103 | 0.132 | -0.449 | 0.000* |
| | 15,001 - 20,000 [illegible] | 20,001 - 25,000 [illegible] | 0.118 | 0.102 | -0.006 | 0.870 |
| | | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.287 | 0.000* | -0.283 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.426 | 0.000* | -0.456 | 0.000* |
| | 20,001 - 25,000 [illegible] | 25,001 - 30,000 [illegible] | -0.406 | 0.000* | -0.277 | 0.000* |
| | | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.545 | 0.000* | -0.449 | 0.000* |
| | 25,001 - 30,000 [illegible] | 30,000 บาทขึ้นไป | -0.139 | 0.044* | -0.172 | 0.001* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001- 20,000 บาทมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติความสัมพันธ์ จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติความสัมพันธ์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติความสัมพันธ์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบก[illegible]กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible]ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 [illegible]มตัวอย่างที่มีระดับ [illegible]25,001 - 30,000 [illegible] [illegible]30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร [illegible] ตัวอย่างที่มีระดับ[illegible]15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 [illegible] ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.23 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] [illegible]30,000 บาทขึ้นไป [illegible] [illegible]มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] [illegible]15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 [illegible] สถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]วอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ 25,001 - 30,000 [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม จำแนกตามระดับรายได้ พบ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับราย[illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] [illegible]30,000 บาทขึ้นไป มีการรับ วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่าง[illegible]มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] [illegible]15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 [illegible]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] [illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] [illegible]20,001 - 25,000 [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้ วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 - 30,000 [illegible] [illegible]ญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุคคล จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มี[illegible] [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] [illegible]15,001 - 20,000 [illegible] [illegible]

20,001 - 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 [illegible] ถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 [illegible] 25,001 - 30,000 [illegible] ตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 15,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 [illegible] 30,000 บาทขึ้นไปมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ [illegible] รายได้ต่ำกว่า 15,000 [illegible] 15,001 - 20,000 [illegible] 20,001 - 25,000 [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับราย 25,001 - 30,000 [illegible] นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[illegible] 2.4 อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อ[illegible]

$H_0$ : อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว

| ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว | ความคิดเห็น | ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ชาวไทย | | | | ชาวญี่ปุ่น | | | |
| | | ความคิดเห็น | | | | ความคิดเห็น | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | S.. | F | Sig. |
| ครั้งแรก | ครั้งแรก | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 ครั้ง | 4.10 | 0.44 | 17.328 | 0.000* | 3.97 | 0.30 | 30.625 | 0.000* |
| | 4 - 6 ครั้ง | 4.02 | 0.45 | | | 3.81 | 0.18 | | |
| | 7 - 10 ครั้ง | 1.32 | 0.47 | | | 4.30 | 0.40 | | |
| | มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป | 4.56 | 0.34 | | | 4.23 | 0.29 | | |
| | รวม | 4.19 | 0.48 | | | 3.98 | 0.32 | | |
| ครั้งแรก | ครั้งแรก | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 ครั้ง | 3.65 | 0.41 | 7.729 | 0.000* | 3.40 | 0.30 | 99.458 | 0.000* |
| | 4 - 6 ครั้ง | 3.53 | 0.43 | | | 3.22 | 0.18 | | |
| | 7 - 10 ครั้ง | 3.79 | 0.42 | | | 3.90 | 0.36 | | |
| | มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป | 3.88 | 0.34 | | | 3.98 | 0.22 | | |
| | รวม | 3.67 | 0.43 | | | 3.47 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ต่อ)

| ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว | ระดับ | ชาวไทย | | | | ชาวญี่ปุ่น | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ความคิดเห็น | | | | ความคิดเห็น | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| ด้านการคมนาคม | ไม่เคยมาเลย | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 ครั้ง | 4.15 | 0.50 | 4.923 | 0.003* | 4.03 | 0.33 | 22.486 | 0.000* |
| | 4 - 6 ครั้ง | 4.28 | 0.40 | | | 4.22 | 0.24 | | |
| | 7 - 10 ครั้ง | 4.38 | 0.39 | | | 4.50 | 0.37 | | |
| | มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป | 4.45 | 0.35 | | | 4.43 | 0.24 | | |
| | รวม | 4.29 | 0.43 | | | 4.22 | 0.32 | | |
| ด้านการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ | ไม่เคยมาเลย | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 1 - 3 ครั้ง | 3.97 | 0.41 | 11.433 | 0.000* | 3.80 | 0.24 | 38.586 | 0.000* |
| | 4 - 6 ครั้ง | 3.94 | 0.36 | | | 3.75 | 0.11 | | |
| | 7 - 10 ครั้ง | 4.16 | 0.34 | | | 4.23 | 0.35 | | |
| | มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป | 4.29 | 0.29 | | | 4.21 | 0.18 | | |
| | รวม | 4.05 | 0.38 | | | 3.89 | 0.28 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 [illegible] องค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.003) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ [illegible] LSD ดังตารางที่ 4.25

[illegible] องค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่าพนักงานของญี่ปุ่น มีปัจจัยส่วน [illegible] ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.25

**ตารางที่ 4.25** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามอายุงาน เป็นรายคู่

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | 0.086 | 0.234 | 0.159 | 0.000* |
| | | 7 - 10 [illegible] | -0.217 | 0.042* | -0.333 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.455 | 0.000* | -0.263 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.303 | 0.004* | -0.492 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.542 | 0.000* | -0.422 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.239 | 0.032* | 0.070 | 0.383 |

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร จำแนกตามอายุงาน เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) [illegible] | (J) [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| [illegible] | | | [illegible] | [illegible] | ญี่ปุ่น | |
| [illegible] | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | 0.116 | 0.094 | 0.180 | 0.000* |
| | | 7 - 10 [illegible] | -0.139 | 0.168 | -0.491 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.231 | 0.004* | -0.578 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.255 | 0.010* | -0.671 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.347 | 0.000* | -0.758 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.092 | 0.386 | -0.087 | 0.242 |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | -0.135 | 0.059 | -0.190 | 0.000* |
| | | 7 - 10 [illegible] | -0.230 | 0.028* | -0.469 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.298 | 0.000* | -0.394 | 0.000* |
| | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.095 | 0.350 | -0.279 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.163 | 0.037* | -0.050 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.068 | 0.532 | 0.075 | 0.376 |
| [illegible] | 1 - 3 [illegible] | 4 - 6 [illegible] | 0.022 | 0.712 | 0.050 | 0.120 |
| [illegible] | | 7 - 10 [illegible] | -0.195 | 0.028* | -0.431 | 0.000* |
| [illegible] | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.328 | 0.000* | -0.412 | 0.000* |
| [illegible] | 4 - 6 [illegible] | 7 - 10 [illegible] | -0.218 | 0.013* | -0.481 | 0.000* |
| | | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.351 | 0.000* | -0462 | 0.000* |
| | 7 - 10 [illegible] | [illegible] 10 ปีขึ้นไป | -0.133 | 0.153 | 0.019 | 0.745 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 และ 4 - 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุคคล จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุคคล มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุคคล มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการควบคุม จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 และ 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.25 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 และ 4 - 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติกลุ่ม จำแนกตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 – 10 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติ

กลุ่มมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 [illegible] 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 [illegible] ตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์[illegible] ตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 [illegible] 10 ปีขึ้นไป มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุคคล มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 [illegible] 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 [illegible] ตัวอย่างที่มีอายุงาน 4 – 6 [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในภาพรวม จำแนกตามอายุงาน พบว่า ตัวอย่างที่มีอายุงาน 7 - 10 [illegible] 10 ปีขึ้น[illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 1 - 3 [illegible] 4 - 6 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[illegible] 2.5 สาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรม[illegible]

$H_0$ : สาขาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้วัฒนธรรมต่อองค์กรของ[illegible]

$H_1$ : สาขาที่สำเร็จการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้วัฒนธรรมต่อองค์กร[illegible]

ตารางที่ 4.26 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา กับ [illegible]

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] อมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.97 | 0.30 | 3.607 | 0.007* | 4.00 | 0.40 | 6.722 | 0.000* |
| | - [illegible] ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 4.09 | 0.47 | | | 3.84 | 0.18 | | |
| | - [illegible] | 4.18 | 0.46 | | | 4.13 | 0.37 | | |
| | - [illegible]าอื่น ๆ [illegible] | 4.37 | 0.30 | | | 3.94 | 0.10 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.36 | 0.49 | | | 3.95 | 0.29 | | |
| | [illegible] | 4.19 | 0.48 | | | 3.98 | 0.32 | | |

ตารางที่ 4.26 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา [illegible] (ต่อ)

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.27 | 0.16 | 5.818 | 0.000* | 3.55 | 0.36 | 10.354 | 0.000* |
| | - [illegible] ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.63 | 0.44 | | | 3.27 | 0.23 | | |
| | - [illegible] | 3.62 | 0.44 | | | 3.68 | 0.41 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.03 | 0.18 | | | 3.33 | 0.17 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 3.82 | 0.37 | | | 3.43 | 0.38 | | |
| | [illegible] | 3.67 | 0.43 | | | 3.47 | 0.39 | | |

ตารางที่ 4.26 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา กับ[illegible] (ต่อ)

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | S.D. | F | Sig. | $\bar{x}$ | S.D. | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 4.05 | 0.38 | 4.127 | 0.003* | 4.16 | 0.38 | 2.265 | 0.063 |
| | - [illegible] ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 4.36 | 0.41 | | | 4.22 | 0.45 | | |
| | - [illegible] | 4.15 | 0.46 | | | 4.13 | 0.41 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.60 | 0.15 | | | 4.33 | 0.17 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.36 | 0.40 | | | 4.29 | 0.26 | | |
| | [illegible] | 4.29 | 0.43 | | | 4.22 | 0.32 | | |

ตารางที่ 4.26 [illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา กับ[illegible] (ต่อ)

| [illegible] | สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | [illegible] | | | | ญี่ปุ่น | | | |
| | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. | $\bar{x}$ | SD | F | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 3.76 | 0.16 | 4.649 | 0.001* | 3.90 | 0.31 | 4.127 | 0.003* |
| | - [illegible] ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 4.03 | 0.40 | | | 3.78 | 0.15 | | |
| | - [illegible] | 3.98 | 0.40 | | | 3.98 | 0.35 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.33 | 0.12 | | | 3.87 | 0.12 | | |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 4.18 | 0.35 | | | 3.89 | 0.25 | | |
| | [illegible] | 4.05 | 0.38 | | | 3.89 | 0.28 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่จบการศึกษา [illegible] ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] (Sig. = 0.001) [illegible] (Sig. = 0.007) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.003) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย [illegible] LSD ดังตารางที่ 4.27

[illegible] องค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ด้านภาพรวม (Sig. = 0.003) [illegible] (Sig. = 0.000) [illegible] (Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่าพนักงานของญี่ปุ่น มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาที่จบการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.27

**ตารางที่ 4.27** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (IJ) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง] | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | -0.124 | 0.431 | 0.158 | 0.056 |
| | | - [illegible] | -0.213 | 0.179 | -0.126 | 0.121 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.400 | 0.117 | 0.056 | 0.769 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.395 | 0.014* | 0.052 | 0.519 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | -0.089 | 0.264 | -0.284 | 0.000* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.276 | 0.200 | -0.102 | 0.570 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.271 | 0.001* | -0.106 | 0.052 |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.187 | 0.387 | 0.182 | 0.311 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | -0.182 | 0.031* | 0.178 | 0.001* |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] [illegible] | 0.005 | 0.981 | -0.004 | 0.983 |

**ตารางที่ 4.27** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา (ต่อ)

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | -0.365 | 0.009* | 0.272 | 0.006* |
| | | - [illegible] | -0.651 | 0.012* | -0.137 | 0.152 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.767 | 0.001* | 0.213 | 0.337 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.553 | 0.000* | 0.112 | 0.233 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | 0.015 | 0.834 | -0.409 | 0.000* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.401 | 0.035* | -0.060 | 0.777 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.187 | 0.010* | -0.160 | 0.012* |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.416 | 0.029* | 0349 | 0.097 |
| | | - าขาอื่น ๆ [illegible] | -0.202 | 0.007* | 0.249 | 0.000* |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.214 | 0.262 | -0.101 | 0.630 |

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ (□□□)

| □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□ | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | □□□□□□□□□□ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | □□□□ □□□□□□ | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| □□□□□□□□□ | - □□□□□□□□□□

**ตารางที่ 4.27** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นรายคู่ (ต่อ)

| [illegible] | (I) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | (J) สาขาที่สำเร็จการศึกษา | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | [illegible] | | ญี่ปุ่น | |
| | | | Mean Difference (I-J) | Sig. | Mean Difference (I-J) | Sig. |
| [illegible] | - [illegible] คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | -0.267 | 0.034* | 0.121 | 0.098 |
| | | - [illegible] | -0.222 | 0.080 | -0.080 | 0.269 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.572 | 0.005* | 0.030 | 0.854 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.420 | 0.001* | 0.010 | 0.888 |
| | - [illegible] ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | - [illegible] | 0.044 | 0.488 | -0.201 | 0.000* |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.306 | 0.077 | -0.091 | 0.571 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0153 | 0.020* | -0.111 | 0.022* |
| | - [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.350 | 0.044* | 0.111 | 0.488 |
| | | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | -0.197 | 0.004* | 0.090 | 0.056 |
| | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | - สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.153 | 0.379 | -0.020 | 0.896 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาอื่น ๆ [illegible] ในมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรือ [illegible] ที่เกี่ยวข้อง สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้อง และสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบก[illegible] จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จสาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่ [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้อง สาขาที่สำเร็จการ[illegible] ด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่ [illegible] ที่เกี่ยวข้อง และ สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มี สาขาที่สำเร็จ[illegible] ร้าง หรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้อง และ สาขาที่[illegible] ตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรม ด้านมิติบุคคล จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จสาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่ [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้อง และ สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขา[illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่นๆที่เกี่ยวข้อง มีการรับรู้วัฒนธรรม[illegible] มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหา[illegible] การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรือ

อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติบุ[illegible] [illegible]ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบก[illegible]ในภาพรวม จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา [illegible]กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จสาขาอื่น [illegible] อื่น ๆ [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่[illegible] ที่เกี่ยวข้อง และ สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่[illegible] ที่เกี่ยวข้อง มีการรับรู้วัฒนธรรม[illegible] [illegible]ลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาอื่น ๆ ทา[illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาสำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**บริษัทญี่ปุ่น**

จากตารางที่ 4.27 เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ด้านมิติการทำงาน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาสำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรือ [illegible] ที่เกี่ยวข้อง และสาขาอื่นๆทางด้านวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรม ด้านมิติกลุ่ม จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาสำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ มีการรับรู้วั[illegible] [illegible]มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษา สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่[illegible] ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่[illegible]0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาสำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุร จ การจัดการและสาขาอื่น [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาสำเร็จการศึกษาสาขาอื่น ๆ [illegible]

มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาส[illegible] ที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในภาพรวม จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา [illegible] กลุ่มตัวอย่างที่มีสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการและสาขาอื่น ๆ ทาง[illegible] วิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสา[illegible] จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น [illegible] ที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3** พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่แตกต่างกัน [illegible]

$H_0$ : พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่แตกต่างกันมี[illegible]

$H_1$ : พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่แตกต่างกันมี[illegible]

**ตารางที่ 4.28** [illegible] พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น [illegible]

| [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | $\bar{x}$ | SD | t | Sig. |
| [illegible] | [illegible] | 4.08 | 0.50 | 6.037 | 0.000* |
| | ญี่ปุ่น | 3.83 | 0.36 | | |
| [illegible] | [illegible] | 2.41 | 0.52 | -6.98 | 0.000* |
| [illegible] | ญี่ปุ่น | 2.70 | 0.39 | | |
| [illegible] | [illegible] | 3.55 | 0.39 | 1.351 | 0.177 |
| | ญี่ปุ่น | 3.50 | 0.37 | | |
| [illegible] | [illegible] | 3.35 | 0.29 | 0.328 | 0.743 |
| | ญี่ปุ่น | 3.34 | 0.24 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 [illegible] พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท [illegible] ญี่ปุ่น กับความผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible]

□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ญี่ปุ่น ด้□□□□□□□□ (Sig. = 0.743) □□□□□□□□□□□□□□□□ $H_0$ □□□□□□ $H_1$ □□□□□□□□พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มี□□□□□□□□□□□□□□□

นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ แสดงว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่ม [illegible] อเมริกา และญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็น[illegible] (Sig. = 0.000) [illegible](Sig. = 0.000) ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 [illegible] $H_1$ [illegible] $H_0$ [illegible] พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่ม บริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็น[illegible]

**สมมติฐานที่ 5** [illegible] ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา[illegible] [illegible]

[illegible] [illegible] Multiple Regression Analysis [illegible] Enter การทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้สัญลักษณ์ ดังนี้

X = [illegible] (Independent Variable) ตัวที่ i [illegible] $X_1$ [illegible] ต้นตัวที่ i [illegible]

Y = [illegible] (Dependent Variable) [illegible] Y [illegible] (Predict) [illegible]

$\beta_0$ = ค่าคงที่ (Constant) [illegible] $b_0$ สำหรับค่าคงที่ของสมการ [illegible]

$\beta_1$ = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient) [illegible] $b_1$สำหรับค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่าง ซึ่งค่านี้จะแสดงการเปลี่ยนแปลงของค่า X [illegible] Y ดังนี้ X ตัวที่ i เปลี่ยนไป i [illegible] Y เปลี่ยนไป $\beta_1$ [illegible] $b_1$ [illegible] ตัวแปรต้นตัวอื่นๆ นอกจากตัวที่ i มีค่าคงที่

e = ค่าความแตกต่างหรือค่าความคลาดเคลื่อน (Error or Residual) [illegible] Y [illegible] Y [illegible] e สำหรับความคลาดเคลื่อนของสมการในรูปตัวอย่าง ซึ่งจะได้สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นทั่ว ๆ ไป คือ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \ldots + \beta_n X_n + e$$

□□□

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ Pearson Correlation [illegible]
[illegible]วามสัมพันธ์รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณในการ
พยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

[illegible]ที่ 4.30 [illegible]
[illegible]

| [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|
| | r (Pearson Correlation) | Sig. (1 – tailed) | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | 0.590 | 0.000** | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | 0.370 | 0.000** | ต่ำ | [illegible] |
| [illegible] | 0.497 | 0.000** | [illegible] | [illegible] |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 [illegible] มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในระดับปานกลาง [illegible] กับความผูกพันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

[illegible]ที่ 4.31 [illegible]บริษัทญี่ปุ่น

| [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|
| | r (Pearson Correlation) | Sig. (1 – tailed) | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | 0.376 | 0.000** | ต่ำ | [illegible] |
| [illegible] | 0.473 | 0.000** | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | 0.699 | 0.000** | [illegible] | [illegible] |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 [illegible] ความผูกพันองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศท

มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

**ตารางที่ 4.32** องค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์ก

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t-test | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| ค่าคงที่ | 1.677 | 0.224 | | 7.496 | 0.000* |
| | 0.012 | 0.038 | 0.018 | 0.318 | 0.751 |
| | 0.044 | 0.074 | 0.075 | 0.604 | 0.547 |
| รายได้ต่ำกว่า 15,000 | -0.134 | 0.181 | -0.175 | -0.740 | 0.460 |
| 15,000 - 20,000 | -0.096 | 0.141 | -0.128 | -0.676 | 0.500 |
| 20,001 - 25,000 | -0.047 | 0.126 | -0.065 | -0.370 | 0.712 |
| 25,001 - 30,000 | -0.183 | 0.112 | -0.237 | -1.637 | 0.103 |
| 1 - 3 | -0.136 | 0.141 | -0.218 | -0.967 | 0.335 |
| 4 - 6 | -0.033 | 0.101 | -0.055 | -0.324 | 0.747 |
| 7 - 10 | 0.023 | 0.071 | 0.025 | 0.325 | 0.745 |
| - หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 0.151 | 0.112 | 0.112 | 1.348 | 0.179 |
| - ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อ | 0.083 | 0.099 | 0.138 | 0.842 | 0.401 |
| - | 0.090 | 0.043 | 0.145 | 2.095 | 0.037* |

**ตารางที่ 4.32** [illegible] องค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรใน [illegible] (ต่อ)

| [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t-test | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| -สาขาอื่น ๆ [illegible] | 0.049 | 0.116 | 0.026 | 0.421 | 0.674 |
| [illegible] | 0.232 | 0.052 | 0.383 | 0.449 | 0.000* |
| [illegible] | 0.036 | 0.061 | 0.054 | 0.596 | 0.552 |
| [illegible] | 0.143 | 0.056 | 0.214 | 2.552 | 0.011* |
| $R = 0.701$, $R^2 = 0.492$, Adjusted $R^2 = 0.450$, $SE_{Est} = 0.213$, $F = 11.676$, $p = 0.000$* | | | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.33** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter [illegible] บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความ [illegible]

| [illegible] | [illegible] | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t-test | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| ค่าคงที่ | 1.490 | 0.169 | | 8.835 | 0.000* |
| [illegible] | 0.083 | 0.035 | 0.133 | 2.366 | 0.019* |
| [illegible] | 0.263 | 0.042 | 0.435 | 6.241 | 0.000* |
| [illegible] | 0.170 | 0.047 | 0.255 | 3.583 | 0.000* |
| $R = 0.627$, $R^2 = 0.393$, Adjusted $R^2 = 0.384$, $SE_{Est} = 0.226$, $F = 44.452$, $p = 0.000$* | | | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 [illegible] ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพล [illegible] พบว่า สาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ การรับรู้วัฒนธรรมใน [illegible] 39.3 ($R^2$ = 0.393) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 60.7 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปร [illegible] คลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.226 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.627 ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 1.490 [illegible] ปรทั้ง 3 [illegible] สามารถคาดคะเนค่าระดับความผูกพันองค์กรโดยรวมได้จากสมการถดถอยดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

[illegible] (LO) = 1.490 + 0.083 ([illegible]) + 0.263 ([illegible])
[illegible]) + 0.170 ([illegible])

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

[illegible] (LO) = 0.133 ([illegible]) + 0.435 ([illegible])
[illegible]) + 0.255 ([illegible])

[illegible] สาขาที่สำเร็จการศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ [illegible] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ [illegible] 0.05 [illegible]

**ตารางที่ 4.34** □□□□

**ตารางที่ 4.35** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter [illegible] ที่มีอิทธิพลต่อ [illegible]ผูกพันองค์กร บริษัทญี่ปุ่น

| [illegible] | ญี่ปุ่น | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t-test | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| ค่าคงที่ | 0.838 | 0.157 | | 5.334 | 0.000* |
| สาขาอื่นๆทางด้านมนุษย์ศาสตร์ [illegible] | 0.190 | 0.095 | 0.093 | 1.998 | 0.047* |
| [illegible] | 0.169 | 0.031 | 0.268 | 5.424 | 0.000* |
| [illegible] | 0.453 | 0.037 | 0.602 | 12.160 | 0.000* |
| $R = 0.747$, $R^2 = 0.557$, Adjusted $R^2 = 0.551$,. $SE_{Est} = 0.163$, $F = 86.488$, $p = 0.000$* | | | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 บริษัทญี่ปุ่น ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ระหว่างปัจจัยส่ว [illegible] รรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน องค์กร พบว่า สาขาที่สำเร็จการศึกษา สาขาอื่น ๆ ท [illegible] [illegible] 55.7 ($R^2 = 0.557$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 44.3 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อน [illegible] 0.163 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.747 ค่าคงที่ของ [illegible] 0.838 [illegible] รทั้ง 3 [illegible] ระดับความผูกพันองค์กร โดยรวมได้จากสมการถดถอยดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

[illegible](LO) = 0.747 + 0.190 (สาขาอื่น ๆ [illegible])
+ 0.169 ([illegible]) + 0.453 ([illegible])

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

□□□

# บทที่ 5
# สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และสาขาที่สำเร็จการศึกษา การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติบุคคล ส่วนตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร และ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ คือ

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

**ข้อมูลลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากผลการศึกษาลักษณะทั่วไปของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น พบว่า พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พนักงานของบริษัทญี่ปุ่น ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับรายได้พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนของบริษัทญี่ปุ่น ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาท มีอายุงาน 4 - 6 ปี และมีสาขาที่สำเร็จการศึกษาพนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาชีพด้านอุตสาหกรรม เทคนิค ไฟฟ้า ก่อสร้าง หรืออื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้อง ส่วนของบริษัทญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จบการศึกษาสาขาอื่น ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ประยุกต์

**ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น**

**มิติการทำงาน** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น ให้ความสำคัญการรั วัฒนธรรมองค์กร ในมิติการทำงานอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีค่าเฉลี่ย 4.20 และบริษัทญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ย 3.98

**มิติกลุ่ม** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น ให้ความสำคัญ วัฒนธรรมองค์กร ในมิติกลุ่มอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีค่าเฉลี่ย 3.67 และบริษัทญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ย 3.47

**มิติบุคคล** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น ให้ความสำคัญก วัฒนธรรมองค์กร ในมิติบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีค่าเฉลี่ย 4.29 และบริษัทญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ย 4.22

**ข้อมูลระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น**

**ด้านจิตใจ** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น ให้ความสำคัญความผูกพันต่ องค์กร ในด้านจิตใจอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีค่าเฉลี่ย 4.09 และบริษัทญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ย 3.83

**ด้านการคงอยู่กับองค์กร** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ให้ความสำคัญความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการคงอยู่กับองค์กรอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.41 ส่วนบริษัทญี่ปุ่น ความสำคัญความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการคงอยู่กับองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70

**ด้านบรรทัดฐาน** พนักงานของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่นให้ความสำคัญคว ผูกพันต่อองค์กร ในด้านบรรทัดฐานอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีค่าเฉ 3.55 และบริษัทญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ย 3.34

**การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้**

**เพศ**

พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ในด้านจิตใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศชายมากกว่าเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.15 และ 3.88 ตามลำดับ และด้านการคงอยู่กับองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.34 ตามลำดับ

พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.39 และ 3.31 ตามลำดับ และด้านการคงอยู่กับองค์กร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 2.90 และ 2.59 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา**

พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบริษัทยุ อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจิตใจ ด้านบรรทัดฐาน และในภาพรวม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากกว่าระดับอื่น ส่วนในด้านการคงอยู่กับองค ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่น

พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่กับองค์กรด้านบรรทัดฐาน และในภาพรวม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่น

**ระดับรายได้**

พนักงานที่มี ระดับรายได้ แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจิตใจระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น ด้านการคงอยู่กับองค์กร ระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาท มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น ด้านความผูกพันและในภาพรวม ระดับรายไ 30,000 ขึ้นไป มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น

พนักงานที่มี ระดับรายได้ แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจิตใจระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท

มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น ด้านการคงอยู่กับองค์กร ด้านบรรทัดฐาน และในภาพรวม ระดับรายได้ 30,000 ขึ้นไป มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น

**อายุงาน**

พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ในภาพรวม ด้านจิตใจ และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดั 0.05 โดยอายุงานมากกว่า 10 ปี มากกว่าอายุงานระดับอื่น

พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจิตใจ อายุงาน 7 - 10 ปี มากกว่าอายุงานระดับอื่น ด้านการคงอยู่กับองค์กร ด้านบรรทัดฐานและในภาพรวม อายุงานมากกว่า 10 ปี มากกว่าอายุงานระดับอื่น

**สาขาที่สำเร็จการศึกษา**

พนักงานที่มี สาขาที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ในด้านจิตใจ และด้านการคงอยู่กับองค์กร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดั 0.05 ด้านจิตใจ สาขาอื่นๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาอื่น และด้านการคงอยู่กับองค์กร สาขาวิชาชีพด้านการบริหาร การจัดการ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาอื่น

พนักงานที่มี สาขาที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ในภาพรวม ด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านการคงอยู่กับองค์กร สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาอื่น และในภาพรวม สาขาอื่นๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาสาขาอื่น

**สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้**

**เพศ**

พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ในด้านมิติการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศชายมากกว่าเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.24 และ 4.05 ตามลำดับ

พนักงานที่มี เพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น ในภาพรวมและด้านมิติกลุ่ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านมิติกลุ่ม เพศหญิงมากกว่าเพศ

ชาย มีค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.37 ตามลำดับ และในภาพรวม เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.85 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา**

พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติบุคคลและในภาพรวม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากกว่าระดับการศึกษาระดั น ส่วนมิติกลุ่ม ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่น

พนักงานที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบ ญี่ปุ่น แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติกลุ่ม มิติบุคคลและในภาพรวม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่น

**ระดับรายได้**

พนักงานที่มี ระดับรายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโ อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงานและในภาพรวม ระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น มิติกลุ่ม ระดับรายได้ 25,001 - 30,000 บาท มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น และมิติบุคคล ระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น

พนักงานที่มี ระดับรายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรข ญี่ปุ่น แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติกลุ่ม มิติบุคคลและในภาพรวม ระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มากกว่าระดับรายได้ระดับอื่น

**อายุงาน**

พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษั อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติกลุ่ม มิติบุคคล และในภาพรวม อายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มากกว่าอายุงานระดับอื่น

พนักงานที่มี อายุงาน แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน ในทุกมิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติบุคคลและในภาพรวม อายุงาน 7 - 10 ปี มากกว่าอายุงานระดับอื่น และในมิติกลุ่ม อายุงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มากกว่าอายุงานระดับอื่น

**สาขาที่สำเร็จการศึกษา**

พนักงานที่มี สาขาที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา แตกต่างกัน ในทุกระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาขา

อื่น ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาระดับอื่น มิติกลุ่ม มิติบุคคล และในภาพรวม สาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษาระดับอื่น

พนักงานที่มี สาขาที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบริษ ญี่ปุ่น ในภาพรวม มิติการทำงานและมิติกลุ่ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน มิติกลุ่มและในภาพรวม สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ มากกว่าสาขาที่สำเร็จการศึกษ ระดับอื่น

**สมมติฐานที่ 3 พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้**

พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร ในด้านจิตใจและด้านการคงอยู่กับองค์กร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิ ระดับ 0.05 ด้านจิตใจ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และ 3.83 ตามลำดับ ด้านการคงอยู่กับองค์กร กลุ่มบริษัทญี่ปุ่น มากกว่ากลุ่มยุโรป อเมริก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.70 และ 2.41 ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 4 พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้**

พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ในภาพรวม มิติการทำงาน และมิติกลุ่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มิติการทำงาน กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 และ 3.93 ตามลำดับ มิติกลุ่ม กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.47 ตามลำดับ และในภาพรวม กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ 3.89 ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 5 เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้**

กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา สาขาที่สำเร็จการศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ การรับรู้วัฒนธรรม มิติการทำงานและมิติบุคคล มีอิทธิพลต่อความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติกลุ่ม ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

กลุ่มบริษัทญี่ปุ่น สาขาที่สำเร็จการศึกษา สาขาอื่น ๆ ทางด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ การรับรู้วัฒนธรรมมิติการกลุ่มและมิติบุคคล มีอิทธิพลต่อความผูกพัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิ ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

**สรุปผลการทดสอบตามสมมติฐาน**

**ตารางที่ 5.1** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร | | | | | | | | สถิติที่ใช้ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ด้านจิตใจ | | ด้านการคงอยู่กับองค์กร | | ด้านบรรทัดฐาน | | โดยภาพรวม | | |
| | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | |
| 1.1 เพศ | √ | - | √ | √ | - | - | - | √ | t-test |
| 1.2 ระดับการศึกษา | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 1.3 ระดับรายได้ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 1.4 อายุงาน | √ | √ | - | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 1.5.สาขาที่สำเร็จการศึกษา | √ | - | √ | √ | - | √ | - | √ | One-way ANOVA |

**ตารางที่ 5.1** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วยเพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมพนักงานแตกต่างกัน

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร | | | | | | | | สถิติที่ใช้ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มิติการทำงาน | | มิติกลุ่ม | | มิติบุคคล | | โดยภาพรวม | | |
| | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | ยุโรป อเมริกา | ญี่ปุ่น | |
| 2.1 เพศ | √ | - | - | √ | - | - | - | √ | t-test |
| 2.2 ระดับการศึกษา | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 2.3 ระดับรายได้ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 2.4 อายุงาน | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | One-way ANOVA |
| 2.5.สาขาที่สำเร็จการศึกษา | √ | √ | √ | √ | √ | - | √ | √ | One-way ANOVA |

**สมมติฐานที่ 3** พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

| ความผูกพันต่อองค์กร | กลุ่มบริษัท | Sig | สถิติที่ใช้ |
|---|---|---|---|
| ด้านจิตใจ | ยุโรป อเมริกา<br>ญี่ปุ่น | √ | Independent Sample t - test |
| ด้านการคงอยู่กับองค์กร | ยุโรป อเมริกา<br>ญี่ปุ่น | √ | Independent Sample t - test |
| ด้านบรรทัดฐาน | ยุโรป อเมริกา<br>ญี่ปุ่น | - | Independent Sample t - test |
| โดยภาพรวม | ยุโรป อเมริกา<br>ญี่ปุ่น | - | Independent Sample t - test |

**ตารางที่ 5.1** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

| **สมมติฐานที่ 4** พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน | | | |
|---|---|---|---|
| การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร | กลุ่มบริษัท | Sig | สถิติที่ใช้ |
| มิติการทำงาน | ยุโรป อเมริกา | √ | Independent Sample |
| | ญี่ปุ่น | | t - test |
| มิติกลุ่ม | ยุโรป อเมริกา | √ | Independent Sample |
| | ญี่ปุ่น | | t - test |
| มิติบุคคล | ยุโรป อเมริกา | - | Independent Sample |
| | ญี่ปุ่น | | t - test |
| โดยภาพรวม | ยุโรป อเมริกา | √ | Independent Sample |
| | ญี่ปุ่น | | t - test |

**สมมติฐานที่ 5** เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษา การวัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ MRA (Multiple Regression Analysis)

| ตัวแปร | ความผูกพันองค์กร | |
|---|---|---|
| | กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา | กลุ่มบริษัทญี่ปุ่น |
| 1. ปัจจัยส่วนบุคคล | | |
| เพศ | - | - |
| ระดับการศึกษา | - | - |
| ระดับรายได้ | - | - |
| อายุงาน | - | - |
| สาขาที่สำเร็จการศึกษา | √ (สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ) | √ (สาขาอื่นๆทางด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์) |
| 2. การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร | | |
| มิติการทำงาน | √ | - |
| มิติกลุ่ม | - | √ |
| มิติบุคคล | √ | √ |

√ คือ มีผลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ไม่มีผลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษา เรื่องการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และสาขาที่สำเร็จการศึกษา จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1 พบว่า

เพศ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านจิตใ โดยเพศชายมากกว่าเพศหญิง อาจจะเนื่องจากการที่เพศชายในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานที่สูง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ และมีความสำคัญมากกว่าผู้หญิง ทำให้เขามีอารมณ์ความรู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ส่งผลให้ทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อองค์กร เพศที่แตกต่างมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กรแตกต่างกันนั้น เพศหญิงจะมากกว่าเพศชาย ทั้งกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น อาจจะเนื่องมาจากเพศหญิงยึดถือผูกพันกับการจ่ายค่าตอบแทมากกว่าผู้ชาย ผู้หญิงจึงรักษาสภาพของการเป็นพนักงานในองค์กรไว้โดยไม่ต้องการโยกย้ายไปไหน เนื่องมาจากได้เปรียบเทียบถี่ถ้วนแล้วถึงผลได้และผลเสียที่จะเกิดขึ้น หากละทิ้งสมาชิกภาพหรือลาออกจากองค์กรไป พบว่าสอดคล้องกับ รุ่งนภา สีทะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการสำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พบว่า เพศชายและหญิความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ข้าราชการระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความผูกพันด้านจิตใจแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ มากกว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อาจเนื่องจากคนที่จบสูงกว่าปริญญาตรี มีอารมณ์ความรู้สึกความคิดวุฒิภาวะที่สูงกว่า ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรจึงทำให้ยึดมั่นต่อองค์กรและปรารถนาที่จะทำเป้าหมายขององค์กรให้สำเร็จ และสอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ แสงจันทร์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติบริษัทยัมเรสเทอรองส์ประเทศไทยจำกัด พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้และอายุงาน ที่แตกต่างกันส่งผลให้ความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และสาขาที่สำเร็จการศึกษา จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 2 พบว่า

เพศ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ติการทำงาน โดยเพศชายจะมากกว่าเพศหญิง อาจเนื่องมาจากเพศชายมีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม และในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มุ่งเน้นที่การทำงาน ถือประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานเป็นหลัก และบริษัทญี่ปุ่น เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมิติกลุ่ม โดยเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจาก วัฒนธรรมในองค์กรญี่ปุ่น ยอมรับมติของคนกลุ่มใหญ่ สนับสนุนรับฟังความคิดเห็น พร้อมทั้งมีความเชื่อในระบบผู้นำที่เป็นชายมากกว่าหญิง ดังนั้นเพศหญิงจึงขาดความเชื่อมั่นในการทำงาน ต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่มมติของกลุ่มช่วยสนับสนุนในการทำงานของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา พรพิรุฬห์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านวัฒนธรรมองค์กรระหว่างบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทอเมริกาในประเทศไทย พบพนักงานบริษัทอเมริกามีลักษณะความเป็นเพศในมิติการทำงานแตกต่างพนักงานบริษัทญี่ปุ่น และพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของนิสากร จันทิมา (2542) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อการสั่งงานของพนักงานบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทำงานในบริษัทสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น พบว่า การรับรู้ต่อลักษณะการสั่งงานในมิติการทำงานที่ดีพบว่าพนักงานของบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีสัญชาติของบริษัทแม่แตกต่างกัน ได้แก่ สหรัฐอเม ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น มีการรับรู้แตกต่างกัน เนื่องมาจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุงาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ในเรื่องของเพศ พบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่า โดยพื้นฐานการบริหารงานของบริษัทญี่ปุ่นสตรีมีบทบาทน้อยในด้านการบริหารงาน ส่วนในบริษัทยุโรป อเมริกา สตรีจะมีบทบาทในด้านการบริหารงานมากกว่าในระบบญี่ปุ่น สำหรับด้านระดับการศึกษา ส่งผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมแตกต่างกันนั้น ผู้ศึกษาเชื่อว่า เนื่องจากการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิกในองค์กรจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในรูปของพิธีกรรม ตำนานหรือเรื่องเล่า ฯลฯ ซึ่งสมาชิกในองค์กรสามารถสัมผัสได้จากการอ่าน การถาม การสังเกต และการรับความรู้สึก ซึ่งในแต่ละองค์กรมีการถ่ายทอดแตกต่างกัน และจากการที่พนักงานมีระการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ขีดความสามารถที่จะรับรู้วัฒนธรรมไม่เท่ากันเข้าใจมากน้อยต่างกัน

ผลการศึกษาเปรียบเทียบพนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา กลุ่มบริษัทญี่ปุ่น ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 3 พบว่า

พนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อ
องค์กร ในด้านจิตใจและด้านการคงอยู่กับองค์กร แตกต่างกัน โดยด้านจิตใจ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา
มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น อาจเนื่องจากกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มีการมอบหมายงานที่ทำที่ชัดเจน
ให้อำนาจการตัดสินใจในการทำงานอย่างเต็มที่ มุ่งเห็นผลงาน ทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าตนเ
เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ส่วนบริษัทญี่ปุ่นการมอบหมายงานก็
ชัดเจนแต่อำนาจการตัดสินใจอาจจะอยู่ที่กลุ่ม หรือผู้ที่อำนาจสูงกว่าโดยที่พนักงานจะตัดสินใจในบาง
เรื่องเองไม่ได้ ทำให้พนักงานในบริษัทญี่ปุ่นเกิดความรู้สึกด้านจิตใจของการเป็นส่วนร่วมขององค์กร
น้อยกว่ากลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง
การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การในองค์การ
ธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกัน และญี่ปุ่น พบว่า พนักงานองค์การธุรกิจประกันภัยไทย และพนักงา
องค์การธุรกิจประกันภัยอเมริกา และญี่ปุ่น มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจที่แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่า
พนักงานกลุ่มบริษัทญี่ปุ่น มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจมากกว่า เนื่องจากในองค์กรข
บริษัทญี่ปุ่นจะมีค่านิยมพื้นฐานในสังคมโดยมีความรู้สึกผูกพันและมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ส่วน
ค่านิยมพื้นฐานในสังคมยุโรป อเมริกา จะมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อผลที่ดีขึ้น (วนิดา พรพิรุฬห์, 2547,
น. 25-26)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบพนักงานที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท ยุโรป อเมริกา กลุ่ม
บริษัทญี่ปุ่น ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 4
พบว่า มิติการทำงาน และมิติกลุ่ม กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา มากกว่ากลุ่มบริษัทญี่ปุ่น สอดคล้องก
งานวิจัยของ บุญพร ศิริรัตนะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างของการ รับรู้วัฒนธรรมองค์กร
ความผูกพันและความสุขในองค์กรระหว่างพนักงานชาวไทยในองค์กรไทยและองค์กรธุรกิจญี่ป
พบว่า องค์กรไทย และองค์กรญี่ปุ่นมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน และในมิติกลุ่ม
แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่า
พนักงานบริษัทญี่ปุ่น ให้ความสำคัญกับการทำงานของกลุ่ม/ของทีม มีการยอมรับมติของคนกลุ่มใหญ่
ส่วนของพนักงานกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา จะเน้นการทำงานในด้านความคิดริเริ่มของปัจเจกบุคค
ความเป็นอิสระในการทำงาน เชื่อในระบบยกย่องความส ารถที่ได้จากผลงานตนเอง (วนิดา
พรพิรุฬห์, 2547, น. 25-26)

ผลการศึกษาการ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน สาขาที่สำเร็จการศึกษ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 5 พบว่า กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา การรับรู้วัฒนธรรมในมิติการทำงานและมิติบุคคล มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร กลุ่มบริษัท การรับรู้วัฒนธรรมมิติการกลุ่มและมิติบุคคล มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การในองค์การธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกัน และญี่ปุ่น พบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ในมิติการทำงาน มิติกลุ่ม และมิติบุคคล มีอิทธิพลกับความความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์การธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกา และญี่ปุ่น

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่าหากบุคคลมีการรับรู้ และความเข้าใจในลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่มีอยู่มากเท่าไรจะทำให้เขาสามารถแสดงพฤติกรรมตามที่องค์กรคาดหวังได้ ตลอดจนสามารถหล่อหลอม ความคิด ความเชื่อและค่านิยม ให้เข้ากันได้กับกลุ่มสังคมในองค์กรที่เขาอยู่ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เขามีความรู้สึกมีส่วนร่วม และกลายเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ช่วยให้ทำให้เขามีความผูกพันต่อองค์กรที่อยู่เพิ่มมากขึ้น ในแง่เปรียบเทียบ กลุ่มบริษัทแต่ละชนชาติ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานในกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น กล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร และความรู้สึกผูกพันองค์กร เป็นเรื่อ ที่สะท้อนการรับรู้ ความรู้สึก ทัศนคติ และสภาพจิตใจของบุคคล ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในแต่ละองค์ก แต่ก็มีความเข้าใจเป็นไปในลักษณะเดียวกัน

## 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เปรียบเทียบกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น กรณีศึกษา บริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นที่เป็นผู้ลงทุน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค บางปะอิน ต้องการที่จะศึกษาถึง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กร ขอ กลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น เพื่อนำความแตกต่างนั้นมาพัฒนาองค์กรในด้านการบริหารงานบุคคล ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กร จากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 จากการศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อายุงาน และสาขา
การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรในภาพ
แตกต่างกัน ทั้งของกลุ่มบริษัทยุโรป อเมริกาและญี่ปุ่น

ดังนั้นในแต่ละองค์กรจะต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ว่ามีผลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ซึ่ง
แต่ละบุคคลจะมีขีดความสามารถแตกต่างกัน ดังนั้นในการทำงาน จะต้องมีการให้งานที่เหมาะสม
สำหรับผู้ปฏิบัติงาน ตามขนาดความรู้ขีดความสามารถของแต่บุคคลและกลุ่มบุคคลที่ทำหา
แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรด้วย

5.3.2 การรับรู้วัฒนธรรมในมิติการทำงาน มิอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ดังนั้นในแต่ละ
กลุ่มบริษัทควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพราะถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ถือเป็นหลักขององค์กร คือ
งานต่าง ๆ ล้วนเป็นงานที่องค์กรจะต้องทำให้ลุล่วงและประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายได้
อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจะสำเร็จได้จะต้องขึ้นอยู่กับทุกคน และการทำงานร่วมกันเป็นทีมเป็น
น้ำหนึ่งเดียวกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการมอบหมายที่เหมาะสมความขีดความสามารถของแต่ละคน
จึงควรจัดแบ่งงานย่อยสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่จะทำได้ไม่ให้เกินความสามารถของแต่ละคน เมื่องานที่
ได้รับมอบหมายสำเร็จองค์กรควรที่มีของรางวัลตอบแทนสำหรับผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่
ดีต่อองค์กร และส่งผลต่อความผูกพันองค์กรได้ด้วย

คนยุโรป อเมริกา มีลักษณะที่ชอบอิสระ เสรี แต่คนญี่ปุ่นมีลักษณะเป็นคนมีวินัย
วัฒนธรรมในการทำงานคือ ขยัน ทุ่มเท อดทน ซึ่งบางสิ่งนำมาปรับใช้กับองค์กรไทยได้ แต่บางสิ่งก็
ไม่สามารถมาปรับใช้ได้จริงกับคนไทย เช่น การจริงจังต่อการทำงานจนเกินไป กระทั่งส่งผลเสียต่อ
ร่างกาย หรือการทำงานอิสระ เสรี ไม่ชอบการบังคับ ก็ไม่เหมาะกับการทำงานในองค์กรของคนไทย
ดังนั้นผู้ศึกษา จึงอยากให้องค์กรของไทย นำการผสมผสานวัฒนธรรมองค์กรของทั้งของยุโรป
อเมริกา และญี่ปุ่นมาใช้ในการพัฒนาองค์กร เพราะว่าไม่ว่าจะวัฒนธรรมของประเทศใดก็ตามต่างมีทั้ง
ข้อดีและข้อเสียในตัวเอง ขึ้นอยู่ว่าจะเลือกใช้อย่างไรเท่านั้น

5.3.3 การรับรู้วัฒนธรรมในมิติกลุ่ม มิอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งการทำง
ประสบความสำเร็จได้องค์กรต่างต้องอาศัยกลุ่มคนทำงานร่วมกัน และในกลุ่มจะต้องมีสมาชิกรวมเข้า
ด้วยกันจากหลาย ๆ ฝ่าย มีลักษณะความสามารถหลายอย่างที่ต่างกัน ทำงานร่วมกัน ดังนั้นองค์กร
จะต้องสร้างความสามัคคี การทำให้มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

5.3.4 การรับรู้วัฒนธรรมในมิติบุคคล มิอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งในแต่ละบุคคลจะ
มีลักษณะ ความสามารถ ความถนัดต่างกัน และมีทัศนคติ พฤติกรรมของแต่ละคน จะแตกต่างกันไป

ตามอิทธิพลผลกระทบที่มาจากชนิดของงานที่ได้รับมอบหมาย ควบคู่ไปกับปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ พร้อมทั้งสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้น ๆ

จะพบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรขอ 2 ชนชาติ ซึ่งทำให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ในแต่ละองค์กรควรสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรให้ชัดเจนขึ้นด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่

1. จัดให้มีงานฉลองต่าง ๆ เพื่อแสดงให้เห็นวัฒนธรรมองค์กรในหลายรูปแบบ เช่น งานฉลองปีใหม่ งานท่องเที่ยวประจำปี การแข่งขันกีฬาสี เพื่อเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บริหาร งานมอบประกาศเกียรติคุณแก่พนักงานที่ทำงานอย่างทุ่มเทและอยู่กับองค์กรมานาน เพื่อเป็นการแสดงให้พนักงานได้รับรู้ว่าพฤติกรรมเช่นใดที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น

2. การกำหนดให้มีเกณฑ์การให้รางวัล และการลงโทษที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ว่าพฤติกรรมใดเป็นที่ต้องการ และไม่เป็นที่ต้องการให้เกิดขึ้นในองค์การ เช่น ประวัติการมาปฏิบัติงาน การขาด ลา มาสาย จะถูกนำไปพิจารณาร่วมกับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี พนักงานที่มาทำงานโดยไม่เคยลาเลยในช่วง 3 เดือน จะได้รับเงินรางวัลพิเศษในแต่ละไตรมาส และการให้รางวัลพนักงานดีเด่นสำหรับผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานดีตลอดปี

3. การจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงาน โดยนอกจากจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้แล้ว ยังเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องกรได้ด้วยเช่น เทคนิการติดต่อประสานงาน เทคนิคการเป็นผู้นำ เทคนิคการทำงานเป็นทีม เป็นต้น และที่สำคัญควรมีการจัดอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างดี และเพื่อให้พนักงานใหม่ทราบถึงวิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กรที่จะเป็นไปในทิศทางใด

4. การจัดให้มีกิจกรรม การประกวดแข่งขัน เช่น กิจกรรม 5ส การจัดประกวดโครงการณรงค์การใช้วัสดุสำนักงาน หรือการใช้พลังงาน อย่างประหยัด เป็นต้น

การสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรได้รับรู้วัฒนธรรมที่มีอยู่ในองค์กรดังกล่าวข้างต้น จะเป็นการส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วม และเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สามารถแสดงพฤติกรรมที่องค์กรต้องการ มีความสบายใจที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป นำไปสู่การเพิ่มพูนความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การที่พนักงานทุกคนในองค์กรเกิดความผูกพันต่อองค์กรจะทำให้เขาทุ่มเท และเสียสละทำงานให้องค์กรอย่างเต็มความสามารถ ในขณะเดียวกันองค์กรก็สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการคัดเลือกพนักงานใหม่ ๆ การฝึกอบรมคนใหม่ ๆ รวมทั้งลดเวลาในการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมในแต่ละองค์กรแก่สมาชิกใหม่อีกด้วย

## 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต

5.4.1 ทำการศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์
พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในพื้นที่เขตอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อนำ
ข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบความแตกต่างกัน

5.4.2 ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษา โดยศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อ
ความผูกพันองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มบริษัทที่เป็นของชาวต่างชาติ
อื่น หรือกลุ่มบริษัทของไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้พนักงานมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรให้
ชัดเจนมากขึ้น

5.4.3 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องวัฒนธรรมองค์กรว่ามีประเด็นอื่น ๆ อีกหรือไม่ ที่มี
ความสำคัญต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

5.4.4 ควรมีการศึกษาโดยขยายมิติของความผูกพันองค์กรให้มากขึ้น และให้สอดคล้องกับ
สถานการณ์ในปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีแง่มุมที่กว้างขวางขึ้น รวมทั้งผลลัพธ์ที่มี
ข้อเท็จจริงตามสถานการณ์มากขึ้น

# บรรณานุกรม


กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2555). **สถิติสำหรับงานวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ยังเติบโตแต่ส่อแผ่วปลายหลังปีนี้แรงจัด. (2556). สืบค้นจาก http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9560000152451&Html=1&TabID=1&

ธนยุทธ บุตรขวัญ. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของเจ้าหน้าที่ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ธงชัย สันติวงษ์. (2535). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.

นิตย์ สัมมาพันธ์. (2526). **กลวิธีแก้ปัญหาเศรษฐกิจและสังคมด้วยการบริหารเชิงพุทธเปรียบเทียบกับการบริหารแบบอเมริกัน**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์

บุญศิริ สุวรรณเพ็ชร. (2548). **Dictionary of Psychology**. กรุงเทพฯ: พีพริ้นติ้ง กรุ๊ป.

บุญพร ศิริวัฒนา. (2554). **ความแตกต่างของการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันธ์และความสุขในองค์กรระหว่างพนักงานชาวไทยในองค์กรธุรกิจไทยและองค์กรธุรกิจญี่ปุ่น: กรณีศึกษาบริษัทตรวจสอบสินค้าสากล (อัสโก้)จำกัด และบริษัทโอมิค จำกัด**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ไพบูลย์ ช่างเรียน. (2532). **วัฒนธรรมองค์การกับการบริหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อักษรเจริญทัศน์.

มนัส ธาราวัชรศาสตร์. (2551). **ความผูกพันต่อองค์การพนักงานบริษัท อินโนเวกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

รุ่งนภา สทะ. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการ สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

รัชดา อุดมวิทิต. (2550). **การรับรู้การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตกระแสไฟฟ้า**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

รัจนี นพเกตุ. (2549). **จิตวิทยาการรับรู้**. กรุงเทพฯ: ประกายพรึก.

รายชื่อผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2557, จาก http://www.hitech-estate.com/lanehitech.html

# บรรณานุกรม (ต่อ)


วนิดา พรพิรุฬห์. (2547). **การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านวัฒนธรรมองค์กร ระหว่างบริษัทญี่ปุ่นกับบริษัทอเมริกันในประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วิภาส ทองสุทธิ์. (2552). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: อินทภาษ.

วิจิตร วรุตบางกูร. (2525). **ศิลปะศาสตร์น่ารู้สำหรับผู้นำ**. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2521). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: แมสพับลิชชิ่ง.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.

สุภัทรา เอื้อวงศ์. (2538). **วัฒนธรรมองค์การในสถาบันศึกษา : การศึกษาเฉพาะกรณีสถาบันการศึกษาพยาบาล**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สิทธิโชค วรานุสันติกูล. (2539). **จิตวิทยาการจัดการองค์การ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บุ๊คแบงค์.

สิทธิโชค วรานุสันติกูล. (2540). **อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน.** (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมยศ นาวีการ. (2546). **การบริหารและพฤติกรรมองค์การ** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

เสาวลักษณ์ แสงจันทร์. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทยัมเรสเทอรองส์ประเทศไทยจำกัด.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต).

อารีย์ เพ็ชรรัตน์. (2541). **การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การและความรู้สึกผูกพันต่อองค์การในองค์การธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกัน และญี่ปุ่น**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อนาคตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยในตลาดโลก. (2556). สืบค้นจาก htpp://www.biztempnews.com/index.php/technology/item/4429

Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. **Journal of Occupational Psychology 63**, 1-18

# บรรณานุกรม (ต่อ)


Bunchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment : The Socialization of Managers in Work Organization. **Administrative Science Quarterty, 19**, 23

Dumham, G. & Castaneda. (1994). Organization Commitment : The Utility of an Integrative Definition. **Administrative Science Quarterly, 35**, 370 - 380

Hoe-Chuan, Alvin, N. G. (September 1994). **The Nature of Organizational Culture and Its Impact on Employee Commitment and Consequent Behaviors (Commitment) Dissertation Abstracts International 55**, 643

Kanter, R. M. (August 1968). **Commitment and Social Organization : A Study of Commitment Meehanisms in Utopia Communities American Socialogy Review 33**, 499

Meglino, R. & Adkins. (1989). A Work Vaule Approach to Corporate Culture : A Field Test of the Value Congruence Process and Its Relationship to Individual Outcomes. **Journal of Applied Psychology 74**, 424 – 432

Orpen, C. (1993). The Effect of Organizational Cultural Norms on the Relationship between Personnel Practices and Employee Commitment. **Journal of /psychology, 127**, 577 - 579

Porter, L. W. & other. (October 1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction An Turnover among Psychiatricians. **Journal of Applied Psychology 59**, 122 - 125

Shaw, J. (1992). School culture: Organizational Value Orientation and Commitment. **Journal of Educational Research 85**, 295 - 302

Sheldon, M. (1997). Investment and involvement as Mechanism Producing Commitment to the Organization. **Administrative Science Quarterly 16**, 144

Steers, M. (March 1977). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. **Administrative Science Quarterly 22**, 46

# ภาคผนวก

**แบบสอบถาม**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรโครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น แบบสอบถามนี้มี 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร

กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว และตอบคำถามให้ครบทุกข้อ คำตอบของท่านทั้งหมดผู้ศึกษาจะถือเป็นความลับ ขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเวลา

แบบสอบถาม

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
2. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
3. ระดับรายได้ ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2. 15,001 – 20,000 บาท ☐ 3. 20,001 – 25,000 บาท ☐ 4. 25,001 – 30,000 บาท ☐ 5. 30,000 บาทขึ้นไป
4. อายุงาน ☐ 1. น้อยกว่า 1 ปี ☐ 2. 1 - 3 ปี ☐ 3. 4 - 6 ปี ☐ 4. 7 - 10 ☐ ☐ 5. ☐☐☐☐☐☐10 ปีขึ้นไป
5. กลุ่มบริษัทที่ทำงาน ☐ 1. ☐☐☐☐ ☐☐☐☐☐☐☐☐ ☐ 2. ญี่ปุ่น
6. สาขาที่ส☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ ☐ 1.☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ ☐☐☐☐☐☐☐☐ ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ บัญชีหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

☐ 2. ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

☐ 3. ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

☐ 4. สาขาอื่น ๆ ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐

**ส่วนที่ 2** □□□□

**ส่วนที่ 3** □□□□

| ประเด็นด้านความผูกพันวัฒนธรรมองค์กร | ระดับของความเห็น | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | เห็นด้วยมากที่สุด 5 | เห็นด้วยมาก 4 | เห็นด้วยปานกลาง 3 | เห็นด้วยน้อย 2 | เห็นด้วยน้อยที่สุด 1 |
| **ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน** | | | | | |
| 35. ท่านรู้สึกว่าไม่ถูกต้องนักที่มีการเปลี่ยนงานบ่อย ๆ | | | | | |
| 36. [illegible] | | | | | |
| 37. ท่านคิดว่า การลาออกจากงานองค์กรหนึ่งไปทำอีกองค์กรหนึ่ง ไม่ใช่เรื่องขาดจรรยาบรรณ | | | | | |
| 38. เหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ท่านยังคงทำงานในองค์กรนี้ต่อไป คือท่านเชื่อว่าความจงรักภักดีเป็นสิ่งสำคัญ | | | | | |
| 39. ท่านมีความรู้สึกว่าจำเป็นในแง่ของศีลธรรมจรรยาที่จะต้องทำงานในองค์กรนี้ต่อไป | | | | | |
| 40. ถ้าท่านได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าเดิมเพื่อไปทำงานที่ใหม่ ท่านจะรู้สึกว่าท่านทำไม่ถูกที่จะลาออกจากองค์กรนี้ | | | | | |
| 41. ท่านถูกสอนมาให้จงรักภักดีต่อองค์กรหนึ่งเพียงแห่งเดียว | | | | | |
| 42. [illegible] ว่าจะทำให้สิ่งต่าง ๆ ดีขึ้น | | | | | |

**ขอขอบพระคุณอย่างสูง**

# ประวัติผู้เขียน

| | |
|---|---|
| **ชื่อ-สกุล** | นางสาวทิพานันท์ ธีระปัญญา |
| **วัน เดือน ปี เกิด** | วันศุกร์ที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2523 |
| **ที่อยู่** | 40/2657 หมู่ 4 หมู่บ้านพฤกษา บี ถนนเลียบคลองสาม ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 |
| **ประวัติการศึกษา** | ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย<br>ระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| **เบอร์โทรศัพท์** | 081-208-4726 |
| **อีเมล์** | yanging_t@hotmail.com |